15　代理店制度・募集制度関連の動向

本章では、代理店制度や募集制度等、募集現場に関連する近年の動向をまとめている。
主なものは以下の通りである。

■個人代理店店主死亡時の業務の継承

⑴　損保協会確認事項

個人代理店の店主死亡時の業務の継承については、登録申請手続きが紙申請から電子申請に改定された際に、損保協会において、保険契約者保護のために必要と考えられる場合には、以下の手順で特別対応を行うことが確認されており(※)、先ず何よりも迅速に「代申会社に相談する」ことが重要である。(個人代理店であるため、継承者を新たな代理店として委託するか否かは保険会社の判断となるため)(※：平成15年11月の代理店登録手続きの電子化の際に、関東財務局に確認を行っている。)

＜損保協会確認内容＞

① 代申会社は、店主死亡の事実を確認後、速やかに承継人を選任する。
※承継人は親族、使用人に限定しない。資格、経験、能力を総合的に勘案の上、代申会社と当該代理店の関係者(相続人等)が協議を行い、速やかに決定する。

② 代申会社は、承継人を決定した後、登録申請前に非代申会社に通知する。(乗合の場合)

③ 代申会社は、登録申請書類を直接管轄財務局に持ち込む。(事前に連絡する)その際、店主死亡の証明書(「死亡届出受理証明書」等)を呈示する。(協会支部受付印不要。但し、財務局の指示で協会支部経由を求められることもあり得る。)公的書類取り付け困難な場合は、新聞報道、葬儀案内、会葬礼状等で可。審査終了時の連絡方法を指定する書類を添付

④ 管轄財務局は、登録申請時に審査完了予定日を通知し、不備がなければ速やかに審査を終了する。審査終了後、指定した連絡方法で代申会社に通知し、登録済み通知を発行する。

⑤ 代申会社は、新店主に登録日を通知する。

⑥ 廃止した代理店の代申会社では、廃業等届出書が旧店主の死亡日付となっていることを確認し、通常の手続きで届出を行う。

⑵　代理店としての事前対応

代理店としても個人形態のままでは「万が一」を想定した場合の事業継続に不安を抱えることとなるので、有事が起こる前に、事前の対策を立てておく必要がある。

(代理店に求められる対応力を考えれば、保険代理業という仕事は、一人でできる仕事ではなくなっており、最低限の態勢は必要である。法人形態へ移行する等して事業継続が可能な体制を構築する、あるいは、事前に保険会社と相談の上、万が一の場合の継承方法を定めておく等の対応が必要である。)

■乗合承認制度

⑴　乗合に関する日本代協の考え方

原則一社専属であることが保険業法(282条)で定められている生保募集人と異なり(※)、損保代理店は複数の保険会社の委託を受ける乗合代理店の存在が認められている。一方で、損保代理店のような商

法上の代理商には法律上「競業避止義務」があるため、新たな代理店委託契約を結ぼうとする場合には、既委託保険会社の承認が必要となる。（※：生保の一社専属規制には､「複数使用人特例」と「クロス特例」が認められており、要件さえ満たせば比較的容易に乗り合うことができる実態がある。）

現状は保険会社サイドに専属囲い込み政策の色が濃く、顧客ニーズに応えるため、あるいは、代理店経営上の必要性に裏打ちされて乗合申請を行っても、拒否されたり、引き伸ばしされたり、保険会社によっては乗合申請したこと自体を信頼関係欠如の表れとして委託契約解除に動いてくることもあり、現実にはなかなか乗合は実現しないのが実態である。

また、乗合申請時の取り扱いがルール化されておらず、期限の定めもないため、ビジネスの世界のルールとしては問題を含んだ実態になっている。

こうした実態を踏まえて、日本代協としては、消費者対応上あるいは代理店経営上乗合が必要な合理的理由があると判断される場合は、速やかに乗合を認めるよう、金融審議会や活力研等の場を活用しながら要望を続けている。

⑵　金融審議会保険WGにおける提言

平成21年３月、金融審議会「保険の基本問題に関するWG」の第50回会合に、荻野会長（当時）が参考人として出席し、「乗合代理店制度の普及促進」を求めて以下の提言を行った。

＜金融審議会における提言内容＞

① 「消費者利便の向上のために、保険会社と代理店の関係を見直し、乗合代理店の一層の普及を図るための方策を検討する必要がある」こと

② 「既存保険会社との信頼関係の維持を前提にした上で、合理的理由が認められる乗合については速やかに実現できるような仕組みに改善する必要がある」こと

⑶　代理店サイドの留意点

乗合は、保険会社の代理店政策に大きく影響される課題であるが、その要否については、代理店サイドでも慎重に判断する必要がある。その視点は以下の通りであるが、家計分野中心の小規模専業代理店の場合は、乗合を選択する必要性に乏しく、リスクを抱えることも想定しておく必要がある。

○　商品・価格が業界で統一されていた規制時代と異なり、現在は、各社の商品・価格・サービスは多様であるため、複数の保険会社と取引を行い、契約者に対する説明責任を全うするためには、相応の要員、能力、社内態勢等の整備が前提となる。特に、平成28年４月施行見込みの改正保険業法において、代理店に対し直接体制整備義務が課せられるとともに、比較推奨販売を行う乗合代理店に対しては、追加的義務も付加されるため、安易な気落ちで乗合を考えるのではなく、自代理店の将来展望をどう描くのか、どういう代理店を目指すのか、乗合代理店に求められる態勢を構築できるのか、といった点を十分に検討のうえ、慎重に判断する必要がある。

○　代理店の企業としての発展段階を考えた場合、現在の自社のステージにおいて、特定保険会社の経営資源（人・ブランド・インフラ・支援策等）をフルに活用した方がいいのか、コストをかけて自らのブランドを構築した方がいいのか、経営者として冷静に判断する必要がある。（発展段階に応じた経営のやり方があるはず）

○　信頼関係崩壊を理由にした乗合申請は、合理的な理由とは判断されない。その場合は乗合ではなく、委託保険会社を変更する必要がある。（但し、次の委託先の確保や分割代手の問題が発生する。）なお、保険会社サイドにおいても、正当な理由がありながら保険会社の都合だけで乗合拒否された、あるいは

一方的に解約されたといった代理店を受け入れできるよう代手体系上の手当を行うことが望まれる。）

⑷　日本代協が提案している乗合申請時の取り扱いルール

日本代協としては、「健全な乗合代理店を育成することは消費者対応上有益である」との考えのもとで、既委託保険会社との信頼関係を破綻させないため、また、代理店の成長に資する経営戦略の一つとするために、以下の業界ルールの設定を求めている。

＜日本代協の提言：乗合申請時の取り扱いルール＞

１．代理店は、乗合申請にあたり、委託契約の基本である相互信頼、相互理解の精神を堅持した上で、次の項目につき代申会社に伝え、協議を行う。

⑴　乗合申請を行うに至った経緯、乗合を行おうとする理由を明確に伝える。（顧客ニーズへの対応、代理店経営戦略上の必要性等）

⑵　既委託保険会社への忠実義務には違反しないことを説明する。（現契約の維持・拡大に努める等）

２．保険会社は、代理店の説明に真摯に耳を傾け、申請内容が顧客対応上、あるいは、代理店の健全な発展のために必要であると判断されれば、速やかに乗合を承認する。（顧客満足を高めながら代理店経営の発展を支援する）

⑸　乗合手続きルールの改定

平成23年度に損保協会の「損害保険代理店登録事務取扱マニュアル」が改定となり、乗合申請時の取り扱いルールについて、下記の通り改定が行われた。100％の水準ではないが、日本代協が最低限の対応として求めていた「文書回答」「理由の開示」「期限の明示」が実現したことになり、ルールのあり方としては一歩前進したものと考える。

＜従来のルール＞

「所属保険会社は、新たに乗り合う保険会社について、代理店から乗合承認の申し出があった場合、すみやかに諾否の回答を行う。」

＜新しいルール＞

「所属保険会社は代理店から乗合承認の申し出があった場合…

①　乗合承認に関する請求書を受理しなければならない。（⇒門前払いはできない）

②　乗合の諾否は文書にて受理日から原則１か月以内に回答する

（⇒期限が定められ、かつ文書回答となった。少なくともうやむやになることはない。）

③　乗合を拒否する場合は乗合拒否の理由を文書で回答するか、代理店と十分話し合う。」

（⇒保険会社は誠実な対応が求められる）

■代理店手数料体系の改定

⑴　損害保険代理店制度は、昭和27年７月の「火災保険代理店格付制度」を皮切りに、長い歴史の中で数度の改定を経て、昭和55年10月には大蔵省通達1459号にて初めて「ノンマリン代理店制度」が定められ、個人資格と代理店種別を柱とした業界共通の制度として運営されてきた。（自動車、火災、傷害等の家計分野の商品・保険料は全社共通）

その後、平成13年３月までは代手体系は代理店の種別に応じた業界統一の水準であり、同一種別の代理店であれば、どの保険会社であっても代手率は同一であった。その後、平成13年３月末の損害保険代理店

制度の廃止に伴い、ノンマリン代理店制度が廃止となり、各社別の代理店制度・代手体系に移行して現在に至っている。

⑵　自由化以降の制度の変遷

平成８年以降の損保の自由化により、算定会制度の抜本的改定＝純率算定会への移行、生損保相互参入、保険仲立人（保険ブローカー）制度の導入、保険契約者保護機構の創設などが行われ、業界を取り巻く競争環境は大きく変化することとなった。

・平成８年４月：新保険業法の施行
・平成８年12月：日米保険協議の決着
・平成９年９月：リスク細分型自動車保険の外資系損保への先行認可
・平成10年７月：損害保険料率・商品の自由化
・平成13年３月：損害保険代理店制度（代理店種別制度・個人資格制度）の自由化
　　代理店種別にリンクした代手制度の廃止（手数料の各社別化への移行）
・平成13年４月：各社別代理店制度・代手体系の導入
　　（平成15年３月までは金融庁の認可が必要）
・平成15年４月：代理店手数料の完全自由化（金融庁の認可が不要となり、完全自由化）

⑶　自由化後の対応

平成15年４月から代手体系が完全自由化・各社別化になったことを受け、日本代協では、各社から提供された資料に基づき、判定項目やウエイト等の整理を行い、全代協会員に対して情報提供を行っている。

なお、本資料は代手の高低を比較するものではなく、評価項目や評価ランクを比較参照することによって、全体的な方向性を把握するとともに、各社の戦略の相違を確認するためのものである。

⑷　平成25年度適用代手の概要（平成26年７月以降支払い分）

総括的には以下の通りである。各社別の詳細（過年度の変更履歴を含む）については、平成26年３月に各代協会長、事務局宛に送付している「平成26年度各社代手体系概要」を参照のこと。

ａ．資料提供頂いた特別会員各社

東京海上日動、損保ジャパン、三井住友海上、あいおいニッセイ同和損保、日本興亜損保、富士火災、共栄火災、日新火災　（以上８社より平成26年度に支払いとなる専業・プロチャネル向けの代理店手数料体系資料を提供いただいた。記載順不同）

ｂ．改定の傾向

○　次年度会社合併を控えた２社のうち１社が体系統合のために大幅な改定を実施。また、昨年度、改定を行わなかった１社も今年度分は改定が行われており、全社とも何らかの改定が行われている。

○　大手社５社では、４社が評価項目数の削減を行っており、ややシンプル化の傾向も見える。但し、２つの項目を１つに纏めて評価する等、実際には単純に削減とは言えない部分もある。また、中堅各社では、前年と同じ項目数または項目数増加となっている。

ｃ．改定内容の印象

○　各社とも「収益性・成長性」（損害率、増収率）を重視する体系を維持・強化している。

○　「業務品質」（キャッシュレス、早期継続、代理店計上、各種事務指標等）について、大手社では、当初目的を実現できたとして、項目廃止・加算ポイント廃止が増えつつある。一方で、当該要素をランク認定の要件にするとともに、ランクアップを促す体系とすることで、事実上、当該項目に対する評価を維持している面もある。中堅社においては、「業務品質」についても引き続き維持・強化している。

○　「業務品質」項目の派生として、定量的な指標のみならず、お客様からのアンケートなどを基に、代理店の募集対応・態勢整備等を評価する会社が増えつつある。

○　ランク毎に上限・下限ポイントを設定するという新しい考え方がでてきている。今後、各社がこのような考え方を導入するのか、導入した際にどのような効果を狙っていくのか注目される。

■銀行口座振替手数料・クレジットカード加盟店手数料の負担に対する日本代協の考え方

口座振替手数料・クレカ加盟店手数料については、多くの保険会社で委託契約書上代理店負担となっているが、キャッシュレスの進展に伴い、多くの契約の保険料支払いが口座振替に移行する中で、その負担額は代理店経営上無視できないものとなっている。

一方で、委託契約書では、代理店から保険会社へ保険料を精算する際の振込手数料については保険会社負担と規定している。

これを踏まえ、口座振替手数料やクレカ加盟店手数料の負担に関しては、「保険料の領収と保険会社への精算が同時に行われている」と見做し、その費用は保険会社と代理店が応分の負担（50：50）を行うことが望ましいと考える。

日本代協としては、こうした考え方に基づき、これまでも保険会社に対して見直しを求めてきたが、引き続き粘り強く要請を行っていく。（ITの進展に伴うクレカ支払いの拡大などの決済方法の電子化が一つの転機になるのではないかと思われるので、引き続き動向に留意しながら、中期的視点で対応を行っていく。）

なお、代理店に費用負担を求めている諸手数料等を改定する場合には、その背景と理由について、事前に、かつ、丁寧に、文書によって説明を行うよう各保険会社には要請を行っている。

併せて、口座振替手数料の負担は代理店であるにも関わらず、その水準決定に代理店自身は関与できないため、銀行への配慮から安易な妥協をすることのないよう、保険会社には強く要請していく。

■特別利益の提供に関する業界ガイドラインの策定（平成25年７月～）

損保協会では、共通化・標準化の枠組みの中で、特別利益の提供に関しても、今日的見地からの再検討を進めていたが、独禁法上の問題から各保険会社を拘束することは難しいと判断し、ノベルティ等の提供に際しては、損保協会としては留意点の解説は行うものの、あくまでも各保険会社の責任において判断・運営を行う方針としている。（法律上、例えば金額の上限が決まっているようなものではない。）

従って、日本代協としては、個別事案毎に、換金性の程度や使途の範囲等を確認した上で、問題事案に対しては個社に改善を求めるとともに、損保協会に対して上記解説の見直しを求めていく必要がある。

ガイドラインで示された判断の視点は以下の通り。

➢換金性の程度

➢使途の範囲

➢ポイントに応じたキャッシュバック

➢現金以外の交換品　など

■生保業界との不祥事件情報の共有制度スタート（平成25年７月～）

平成25年７月１日から、損保協会の共同システムの一つである「代理店廃止等情報制度」のシステムを利用し、保険料等の詐取、流用・費消、保険金不正請求等を行った募集人の情報を生保協会と共有する仕組みがスタートした。（事故発覚日等から３年間）

これにより、損害保険代理店の登録において、生保業界で不祥事件を起こしたものを誤って財務局に申請

してしまう事態等を防止することができることになり、不適格者を排除する仕組みの一つとなる。（保険業法第279条に準拠）

損保各社は新しい「代理店廃止等情報制度」、生保各社は「廃業等募集人登録情報」のデータベースにアクセスし、募集人になろうとする者が不祥事件を起こしたものでないかを確認し、不適格者を排除していくことになっている。

なお、新制度において情報登録する募集人に対しては、原則として、生保業界との情報共有について同意を得る必要がある。

■代理店管理体制の強化（平成25年度以降）

近時、代理店による大型不祥事案が続発しており、金融庁としては大きな問題意識を持って業界の指導に当たっている。これを受けて、各保険会社ともに、キャッシュレスの徹底、証券非直送の厳格運用、領収証の不正使用防止対策の実施等の他、代理店監査の強化（抜き打ち）や契約者を介した早期発見策の導入等の取り組みを順次強化してくるものと思われる。

同業者が不正行為を働き、契約者等に迷惑をかけるようなことがあれば、業界全体の社会的評価は大きく失墜することとなるので（※）、不適格者の排除は日本代協としても望むところである。一方で、誠実、的確に業務を行っている代理店・募集人が、過度な負担を追うことがないよう、状況を十分注視する。（※業界全体の信頼がないところに個社の信頼はなく、個社の信頼がないところに業界全体の信頼はない。）

■高齢者に対する保険募集のガイドラインの策定（平成26年６月～）

高齢者に対する保険募集に関しては、業界でも一定の取り組みを行っているが、平成26年２月28日に金融庁の監督指針が改定され、顧客保護を図るため、高齢者に対する保険募集の留意点が規定されている。また、高齢者対応を誤ると、業界全体への批判を招きかねないことから、損保協会としては各社が自主的に取り組む上での考え方を整理したガイドラインの策定を行った。（６月30日公表）

本ガイドラインの主なポイントは、以下の通りである。

各代理店は、委託保険会社からの今後の指示に留意する必要がある。

➢高齢者の定義：70歳以上（但し、年齢区分の細分化なども可能）

➢年令・商品毎のきめ細やかな取り組み：

① 高齢者の理解力・判断力に応じた取り組みの整理：
- ・本人の正確な意向把握
- ・分かりやすい言葉での繰り返し丁寧な説明
- ・親族等の同席、代理人規定の活用

② 高齢者や商品の特性に応じたきめ細やかな取り組みの整理：
- ・商品特性の切り口
- ・よりきめ細やかな対応例の整理

➡親族等の同席、複数募集人による募集、複数回の募集機会の設定、意向確認…

③ 保険募集内容の記録、保存：適切な期間「記録・保存」の必要性

④ 契約締結後のフォローアップ：郵送、証券送付時の確認依頼、電話・訪問等のフォローアップ策を整理

⑤ 取り組みの適正化等の検証：規定の整備とPDCAの実践の必要性

16　共通化・標準化の推進

■基本的な考え方

東日本大震災以降、日本国内では、適正な競争を前提としつつも業界として共通化・標準化を進めた方が消費者利便につながることであれば、協調・協力して取り組んでいくという動きが出ている。（ex.ペットボトルのキャップは以前各社趣向を凝らした製品を作っていたが、現在は、同じ規格の製品が使われている。）特に、国際競争に晒され、新興国の低価格商品との競争を強いられる製造業においては、徹底的なコスト削減を求められ、物流や商品供給等の場面で様々な共同取り組みが行われている。

損保業界においても、一連の震災対応において、損保協会が主体的に業界としての共同取り組みをけん引したことで保険金の早期支払いが実現し、改めて業界横断的な取り組みの重要性が再認識されている状況にある。

また、足元を見れば、保険業界は、少子化・超高齢社会の到来という社会環境の大きな変化を迎え、市場の縮小に備えざるをえない状況にあるとともに、自然災害の増加や自動車・火災保険の損害率上昇等による大幅な収益悪化に苦しんでおり、損害率改善とともに社費の削減が喫緊の課題となっている。

自由化により各社の独自性が発揮されることは消費者にとっても有益なことであるが、保険会社間の競争が加速する中で、本来独禁法や職業倫理にも反しないような分野まで必要以上に競争を拡大させた結果、業界全体で高コスト体質になるとともに、複雑化したことでかえって契約者の理解を妨げる状況を生み出してしまったことは否定できない。

それは結果として、保険料引き上げをまねいたり、契約者に無用なロードを強いたりすることにつながり、「競争のための競争」に奔走して「誰のための、何のための競争なのか」が分からなくなっている実態もある。（例えば、人身傷害における各社約款の相違は、少しでも早く解消すべき問題ではないか？）

また、代理店、特に乗合代理店においては、「各社が何でも競争する」ことで約款解釈や事務処理、各種手続きの細かい相違が複雑化や煩雑化を招き、生産性を大きく阻害する要因にもなっている。

こうした環境を踏まえると、自由化から17年経った今、業界全体で共通化・標準化を図る方が契約者にとってメリットが生じるものについては、個社へのこだわりや前例踏襲主義を捨てて、思い切って実現に向けて取り組むことが必要な時期に来ているものと考える。

日本代協としてもこうした認識の下で、企画環境委員会が中心となり、「現場で疑問に思っていること・困っていること」を洗い出して代理店（特に乗合代理店）サイドの提言をまとめ、損保協会の検討に活かしてもらう方針である。

■検討の視点

共通化・標準化の検討に際して必要な視点は、以下の３点である。

①　契約者にとっての分かりやすさ、利便性の向上（トラブル、不信の抑制）

②　代理店・募集人の業務効率化（生産性向上）

③　保険会社のコスト削減（保険料引き上げ抑制）

また、本課題を業界内で詰めていくと、システムの壁に阻まれ、「総論賛成、各論反対」になりかねない面もあるが、業界全体の大きな方向感を共有した上で、速やかに実行できるものから長期的視点で検討するものまで、時間軸を定めて一つひとつ検討を進めていく必要がある。

■損保協会の取り組み

⑴　第６次中期計画（平成24年度～ 26年度）

損保協会では、前記と同様の認識の下、第６次中期基本計画の重点課題として、「共通化・標準化の推進による消費者利便の向上と業務効率化」を掲げ、企画部会の下に「共通化・標準化推進PT」を設置して、平成24年度から対象となる事業の洗い出しと選定のための検討を行い、優先度をつけて取り組みを進めている。本検討に際しては、損保各社、損保協会各委員会、損保労連とともに日本代協からも提言・要望を行い、（下記日本代協の取り組み Ⅰ 参照）、計約300項目の中から130項目を事業候補として対応を進めることとなった。

事業候補の中で、実現メリットの大きい案件を重要案件と位置付けるとともに、対応方針を①「損保協会の部会内で解決可能」、②「当局の協力が必要」、③「公正取引委員会に相談が必要」、④「予算が必要」に分け、先ずは、早期に取り組みが可能な①のカテゴリーの項目から検討を進めている。

主な検討事項は以下の通り。

- ➢重要事項説明書の標準化
- ➢火災保険明細書の共通フォーマットの作成
- ➢非幹事計上時ルールの共通化
- ➢保険料払込猶予ルールの共通化
- ➢相続・破産時の取付書類・確認書類の共通化
- ➢代理店委託前の反社チェック質問内容の統一化
- ➢代理店登録に関する法令解釈の統一化
- ➢保険料専用口座の取扱ルールの共通化
- ➢代理店業務の外部委託に関するルールの共通化
- ➢自己・特定契約の判定基準の共通化
- ➢特別提供の提供に関する業界ガイドラインの策定
- ➢損保と生保の代理店不祥事件情報の共有化
- ➢お客様向け案内文書の居所不明時の対応の明確化　など

⑵　「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するタスクフォース（TF）」の設置

損保協会では、平成24年６月から開催された金融審議会・保険WGの論議の方向性を踏まえるとともに、「お客様の声・有識者会議」の諮問事項に応えるために、「共通化・標準化」の重点施策として「重要事項説明書等について消費者目線での分かりやすさの向上に向けて検討を行う」ことを掲げ、平成24年９月に「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するTF」を設置し、重要事項説明書の抜本的改定を行った。本TFには、日本代協からも委員を派遣し、代理店が実際に使用でき、契約者に理解されやすい帳票の作成に取り組んだ。（次頁日本代協の取り組み Ⅱ 参照）

■日本代協の取り組み Ⅰ：損保協会への提言・要望書の提出（平成24年９月）

日本代協では、企画環境委員会が中心となって共通化・標準化を求める具体的な事案を洗い出し、検討を重ねた結果、提言・要望を83項目にまとめ、９月26日付けで損保協会に提出した。

⑴　検討のカテゴリー

具体的な事例を洗い出す際には、以下のカテゴリーで整理しながら検討を進めた。

①　契約事務、保険金支払い事務等に係わる事務処理ルール、各種帳票等の分かりやすさ、簡素化

② 重要事項説明、意向確認ルール、各種帳票等の分かりやすさ、簡素化
③ コンプライアンスに関する各種ルールの共通化、規定の再整理
④ 保険募集に関する様々なルールの業界共通化・標準化
⑤ 共同システム構築（例えば、乗合代理店システム、自賠システム等）

⑵ 対応状況

本会から提言した事案に対する損保協会の対応状況は以下の通り。

元々独禁法上難しいと思われたものも含めて、この機会に代理店・契約者の声として損保協会に伝えようとした項目もあることを踏まえると、一定の評価ができる対応であり、今後も現場の声を集約しながら、継続的に改善提言を行っていく方針である。

・対応する　：32項目（38.6%）・・・下記参照
・検討中　：14項目
・見送り（独禁法抵触）　：33項目
・別途検討（保険金削減PT）　：４項目

本会要望のうち、「共通化・標準化」に向けて「対応する」と回答があった主な項目は以下の通り。

① 帳票関連　：「質権設定承認請求書」「中断証明書」「保険料算出基礎数字算出書」「保険会社送付状」「保険金請求書類」「保険金請求に係わる個人情報保護の同意書」「重要事項説明書・意向確認書類の記載ルール・帳票」「高齢者向け帳票の作成ガイドライン」「保険証券デザイン」
② 事務処理関連：「相続手続き時の必要書類取付ルール」「契約時・確定精算時・保険金支払時の必要書類取付ルール」「電話募集ルール」「同居以外の親族の代理人選任ルール」「契約者貸付時の本人確認手続き」「（計上前）新規・異動契約のリスクアタッチ確認方法」
③ 約款等　：「用語」
④ 割引・割増　：「中断特則ルール」
⑤ 業務規制　：「募集文書作成ルール」
⑥ 代理店登録　：「店主死亡時の代理店登録空白期間の規定上の手当」
⑦ 情報交換　：「自動車保険等級照会制度の改善」「反社勢力に関する業界情報D／B」「反社勢力に関する警察庁D／Bへの照会システム」
⑧ コンプライアンス：「特別利益の提供に関する共通ガイドライン」（※業界内の認識共有化のため）「紹介行為の定義」（※金融審保険WGにて方向性提示）「保険料専用口座の取り扱いに関する規定緩和」「比較広告ガイドライン」「自己・特定該当契約の定義」
⑨ CSR関連　：「学校教育推進」「業界ベースのCSR活動推進」

■日本代協の取り組みⅡ：「よりわかりやすい募集文書・説明のあり方に関するTF」（平成24年９月～）

損保協会が組成した掲題TFには、日本代協から小平理事・企画環境委員長（当時）が委員として参画し、募集現場の実態を踏まえた具体的な提言を行うことで、実際に使用できる重要事項説明書の業界プロトタイプ並びにガイドライン策定に貢献した。また、この結果は、平成25年１月30日に開催された第９回金融審保険WGに提出され、業界の自主的取り組みに期待する流れをつくることができた。（本TFは平成24年９月～12月にかけて５回開催。その後の損保協会内における検討を踏まえ、平成25年９月の第６回TFにて最終総括を行い、その役目を終えた。）

＜タスクフォースメンバー（４名)＞・・・　■は金融審保険WG委員

■丹野美恵子氏（TFリーダー）　公益社団法人全国消費生活相談員協会　理事長（当時）
（現在）国民生活センター　理事

■錦野裕宗　氏　　中央総合法律事務所弁護士　（元金融庁監督局保険課課長補佐）

○小平髙義　氏　　日本代協理事・企画環境委員長（当時）

○永井順國　氏　　政策研究院大学客員教授　（UCDA理事）

本TFで論議と検討を積み重ね、平成25年９月に火災保険等の重要事項説明書の改善案をまとめ、これをもとに損保協会（業務部会）において保険会社向けのガイドラインを策定し、各社に改善を求めている。

＜参考：業界プロトタイプの改善度＞

➢文字数　：55,000文字　➡　13,000文字（約76%削減）

➢ページ数：18ページ　➡　８ページ（約56%削減）

➢最少フォント：８ポイント　➡　９ポイント

➢DRC　：21%　➡　16%　（DRC＝ドットレシオカウンター・白い紙面に占める文字の印刷面積であり、印字率と呼ばれる。人が読める文書の限界値は、DRC19%といわれている）

17 反社会的勢力への対応

■社会的背景と暴排条例の内容

暴対法では警察が暴力団を取り締まることが前提になっているが、一般経済社会の中に暴力団等が巧妙に入り込んで資金獲得活動を行っている現状においては、警察による取り締まりだけでは限界があるのが実態である。そこで、一般市民や事業者が暴力団等との関係を自ら遮断し、社会から締め出していくことを目的として、全都道府県で暴排条例が施行された。（平成22年４月の福岡県から始まり平成23年10月の東京都、沖縄県で完了）

暴排条例で暴力団等に利益供与を行うことを禁止される主体は「事業者」であるが、この事業者には、会社のみならず社団や財団法人、個人事業主まで広く含まれており、日本代協としても暴排条例施行を踏まえた組織対策が求められている。また、営利性の有無を問わず、全ての利益供与行為が規制されていることを認識する必要がある。特に、「威力利用目的」の場合は、懲役まで含めた厳しい罰則が規定されている。

なお、条例施行前に締結していた契約については、「正当な理由がある場合」と見做され、その時点では条例違反ではないとされているが、早期解約あるいは更新拒否が求められる。（長期契約に注意）

また、東京都の条例では「自主申告」の規定が設けられており、事業者が自らの条例違反行為に関する報告や資料とともに今後同様の違反を行わない旨の誓約書を提出すれば、当該条例違反行為について勧告を受けることはないとされている。（但し、免除されるのは一度だけである。なお、事業者に対する処分は、勧告 ⇒公表 ⇒中止命令 ⇒罰則［懲役・罰金］という段階で行われる。）

■金融庁の対応（その１）

平成23年12月26日に公表された反社勢力との関係遮断に向けた取り組み策は以下の通りである。

＜全金融機関向け監督指針＞

１．反社との取引の未然防止（入口）

○暴力団排除条項の導入の徹底

・各金融機関は、提携ローン（四者型）を含め、暴力団排除条項の導入を改めて徹底する。

○反社データベースの充実・強化

◇　各金融機関・業界団体の反社データベースの充実

各金融機関・業界団体において、引き続き反社会的勢力の情報を積極的に収集・分析して反社データベースの充実を図るとともに、グループ内や業界団体間での反社データベースの共有を進める。

◇　銀行界と警察庁データベースとの接続の検討加速化

警察庁が保有する暴力団情報について、銀行からオンラインで照会できるシステムを構築するため、金融庁、警察庁及び全国銀行協会の実務担当者の間における、情報漏洩の防止の在り方を含めたシステム構築上の課題の解決に向けた検討を加速する。

○提携ローンにおける入口段階の反社チェック強化

提携ローンについて、金融機関自らが事前に反社チェックを行う態勢を整備する。また、各金融機関は、提携先の信販会社における暴力団排除条項の導入状況、反社データベースの整備状況等を検証する。

2．事後チェックと内部管理（中間管理）

○事後的な反社チェック態勢の強化

・各金融機関は、反社データベースの充実・強化、反社チェックの頻度アップ等、既存債権・契約の事後的な反社チェック態勢を強化する。

○反社との関係遮断に係る内部管理態勢の徹底

各金融機関は、反社会的勢力との取引の経営陣への適切な報告や経営陣による適切な関与等、反社との関係遮断に係る内部管理態勢を徹底する。

3．反社との取引解消（出口）

○反社との取引の解消の推進

各金融機関は、警察当局・弁護士等と連携し、反社との取引の解消を推進する。なお、事後に反社取引と判明した案件については、可能な限り回収を図るなど、反社への利益供与にならないよう配意する。

○預金取扱金融機関による、特定回収困難債権の買取制度の活用促進

金融庁及び預金保険機構は、特定回収困難債権の買取制度の運用改善を図るとともに、提携ローンにおいて、信販会社が代位弁済した債権を買い戻した場合も同制度の対象となること等を周知することにより、同制度の活用を促進する。

○信販会社・保険会社等による、サービサーとしてのRCCの活用

特定回収困難債権の買取制度の対象とならない信販会社・保険会社等の反社債権についてRCC（整理回収機構）のサービサー機能を活用する。

■金融庁の対応（その２）

平成24年２月25日に公表された反社対応の推進策は以下の通りである。

＜保険会社向けの総合的な監督指針＞

○組織としての対応

・担当者や担当部署任せにすることなく経営陣が一体となって組織として対応する。

○反社会的勢力対応部署による一元的な管理態勢の構築

・反社対応部署を整備し、情報を収集、分析するとともに一元的に監視したDBを構築し適切に更新する。

・グループ内で情報の共有化に努め、業界団体から提供された情報を積極的に活用する。

・当該情報を取引先の審査や保険会社における株主の属性判断を行う際等に活用する。

○適切な事前審査の実施

・反社情報を活用した適切な事前審査に努めるとともに、契約書や約款への暴排条項導入を徹底して反社勢力が取引先となることを防止する。

○適切な事後検証の実施

・既存の債権や契約の適切な事後検証を行うために態勢整備、並びに保険金などの支払い審査を適切に行うための態勢整備を行う。

○反社会的勢力との取引解消に向けた取り組み

・反社勢力との取引が判明した場合、対応部署を経由して迅速かつ適切に経営陣に報告され、経営陣の適切な指示・関与のもと対応を行う。

■日本代協としての対応

暴排条例施行に伴う日本代協としての対応は以下の通りであり、整斉と対応して組織としての社会的責任を果たす必要がある。但し、現時点では代協会員の家族や従業員の家族その他関係者等にまでチェックの網を広げてはいない。代協正会員は「代理店」であるが、代理店を委託しているのは保険会社であり、一義的には保険会社に委託責任があるため、日本代協としては、今後の損保協会や保険会社の対応状況に合せて必要な対応を行っていく方針である。

① 「倫理綱領」「募集規範」改定（諸規定１・２の通り）
② 「反社会的勢力への対応に関する基本方針」策定（諸規定３の通り）
③ 「表明・確約書」新設・取付け（日本代協役員就任用・代協新入会員用）
④ 「一般取引用暴排条項」ひな形作成・全代協に提供（無催告で契約解除できる条項）

■損保協会・各保険会社の対応

① 委託契約書：新規委託分から暴排条項が織り込まれた新しい委託契約書が使用されている。既存代理店に対しては通知状が送付されている。
② 約款：各社毎に時期は異なるが、平成25年10月以降の契約分から、自動車保険の約款が反社対応に改定され、以後、火災・新種と続いて各約款対応が終了している。なお、反社該当と判明した場合でも、被害者保護の観点から対人賠償保険金は支払われることになっている。

加入時の反社チェックの有無や反社該当判明時の契約無効解除の対応等、現場では悩ましいケースも起こり得るため、保険会社と連携して対応を行うことが肝要である。そのため、各代理店は、保険会社からの連絡・通知内容に留意し、その内容を十分に把握しておく必要がある。

■反社対応における課題

⑴ 反社勢力の判定の統一と公的DBの照会・確認スキームの構築

反社勢力を社会から締め出すために、正当な商取引から排除していくことは当然であるが、反社勢力の判定基準を国あるいは機関として統一することが必要である。そうでなければ、本来排除すべきでない顧客まで恣意的に排除することもなりかねず、また、裏付け資料や証拠がないのに反社排除の対応を求められても現場の代理店が困惑するだけである。

従って、効果的な対応をとるためには、警察当局と連携した業界全体の反社体制を整備することが大前提である。証券業界では警察庁に接続された共通のDBを用いて該当の有無を照会・確認できることになっているが、保険業界も生保・損保共通でこうした基盤を作り上げる必要があると考える。

また、金融業界では、組織一体となって取引解消に努めたもののどうしても取引を止めることが難しい場合には、国の預金保険機構や整理回収機構に債権を売却し、対応を機構に委ねるという「最後の手段」が用意されている。行く所まで行った後の現場の負担を軽減する仕組みであり、今後の保険業界の検討においても参考になるものと思われる。

⑵ 反社勢力の法的位置づけ

日本では、世界の主要国とは異なり、法的には暴力団等の反社勢力の存在そのものは否定されていない。個々の構成員には市民権も認められており、運転免許証も発行されている。従って日常的な取引の中に反社勢力が紛れ込みやすい環境にあるのが現実であり、こうした環境の中で事業者サイドに過度な対応を求められても限度がある。国としてのゆるぎない信念と仕組みの下で、関係機関一体となった強権的な対応を望みたい。

18　組織力の強化

〈代協正会員の増強と支部の活性化〉

■組織力強化の基本方針

日本代協並びに各代協は、お客様に直接接する損保代理業者の業界団体として、「損害保険の普及と一般消費者の利益保護」を図るため、長年に亘り地道な活動を続けてきている。

日本の損保市場の約91%は代理店扱であることを考えると、本会の発展は保険業界発展の礎ともなるものである。一方で、本会が社会の信認を得て持続的に活動を展開するためには、「自他ともに認める組織力」を保持する必要があるが、その基盤となる組織率は依然として低く、長年に亘る懸案事項となっている。

平成21年８月に行った組織改革の結果、日本代協の会員は法人格を持った各都道府県代協になり、各会員（個々の代理店）はその代協の会員という位置付けに代わったため、組織力の源泉となる代協会員の増強は一義的には各代協の取り組み課題そのものである。同時にそれは、本会の事業目的達成のための重要な命題でもあるので、当面は、日本代協グループとして全代協一体となって代協正会員の増強に取り組む方針としている。

１．会員増強

■会員増強の前提となる基本的な考え方

① 組織率目標：組織の核となる専業代理店については、中期的に各都道府県において過半数を超える組織率となるよう取り組む。但し、これはあくまでも通過点であり、代協という業界団体の存在価値を考えた場合、「全代理店の組織率50%超」という水準が本来の目標であることを認識しておく必要がある。（約9.5万店の会員が必要）

② チャネルの考え方：代協は「プロ」の保険代理店・募集人の団体としての発展を目指している。一方で、統計上のチャネル区分は、単なる属性区分に過ぎず、専業・兼業という用語には「プロか否か」という質的概念は含まれていない。また、「専業」はプロであるべきだが、統計上は「他に収入の道がない」というだけで、専業代理店が全て本来のプロ代理店を意味しているわけでもない。逆に、「兼業」に区分されていても保険部門を有し、専任者を配置する等して、高い専門性を発揮している代理店もある。

日本代協の理念と照らし合せた場合、画一的なチャネル区分で会員資格を縛るのではなく、「プロ」としての志と能力を持った代理店であれば、どのチャネルの代理店・募集人であっても我々の仲間として迎え入れ、互いに切磋琢磨しながら発展していくことが重要である。

③ 組織を挙げた取り組み：「会員増強運動は一部の者だけの仕事」という現状を打破し、会員増強に取り組む実行部隊を各代協で増やす必要がある。そのためには、意思決定の透明化や情報の共有化、並びに全員参画型の組織運営を行うことが必要となる。

■各代協にとっての会員増強の位置付け

平成21年８月25日付の定款変更により、日本代協の正会員は「代理店」から、一般社団法人となった「各都道府県の損害保険代理業協会の代表者」となり、個々の代理店は各都道府県代協の正会員という位置づけになっている。（平成25年４月１日付で登記を行った一般社団法人にも引き継がれている）

従って、会員増強は、何よりも第一義的に各代協の組織問題そのものであり、各代協においては、自らの

組織運営上必要な運営経費を賄える会員数を念頭におき、全会員の力を結集して会員増強活動を展開する必要がある。（日本代協組織委員会に指示されることではなく、自ら主体的に取り組むべき課題である）

■代協正会員の増強と平成26年度の取り組み

⑴　平成25年度の総括と会員増強に当たっての心構え

日本代協の組織目標は、全代理店の50%超の代協加入であるが、現実を踏まえた当面達成可能な目標として代協会員12,000店を目標に掲げ、この数年取り組みを行っている。

会員増強は「通年運動」が基本であるが、平成22年度以降は月を定めて「全国一斉入会キャンペーン」を実施している。平成25年度は２月にキャンペーンを実施し、目標の423店増強には届かなかったが、単月で38代協が稼働し129店の入会があった。（入会129店、退会24店、増強105店）

年間を通した退会者数は、昨年度よりも61店減少して562店に止めることができたが、新規入会が昨年度より75店減少して569店となったため、年度末の代協正会員数は７店の増加という結果に止まった。（なお、増加したのは平成９年度以降の16年間で３度目）

なお、平成22年度以降は、毎年一定数の退会が見込まれることを踏まえて12,000店の目標達成に必要な「入会ベース」の目標を別途設定し、組織委員会の強力なリードの下で取り組みを進めてきている。残念ながら未だに当面の目標である12,000店という目標達成には至っていないが、こうした取り組みの効果もあり、平成22年度以降は徐々に退会者と入会者のかい離が小さくなっていることは一つの成果である。本年度も各社が進める販売基盤の構造改革や大手社の合併等により、総代理店数の減少という傾向は続くものと思われるが（注：委託型募集人の適正化に関連して３者間契約スキームを採用する数によっては、一時的に代理店数は増える可能性もある。）、中途半端な代理店が市場から淘汰されて数が減少している面もあり、また、厳しい環境の中においても、福岡県代協は10年連続で目標を達成するという素晴らしい成果を残していることは注目すべきである。（注：福岡県代協の会員数推移については付表９・10参照。具体的な目標を持って組織をあげて取り組みを進め、「出来るまでやる」を実践してきた成果である。）

併せて、平成25年度は、前年度に引き続き北海道代協が結束力を見せつけ、会員数規模がほぼ同じである福岡県代協と切磋琢磨することによって、また保険会社との連携強化を図ることによって、17店の正会員増強を成し遂げたことも特筆できる。（注：意欲的な自主目標には届かなかったが、増強数は全代協の中でトップであった。この他、神奈川県代協が若手の登用・活躍により11店の増強、また、石川［Ｖ３］・福井・滋賀・香川・高知［Ｖ２］の各代協が自主目標を達成した。）

改めて「出来ない理由」ではなく「出来る理由」を考え、具体的な行動に移し、諦めずに成果につなげていくことが重要であることを再確認させてくれる取り組みであり、全国代協の模範となっている。

⑵　正会員増強運動【平成26年度の取り組み】

正会員12,000店達成を目標とし、次の内容で増強運動を実施する。（例年通り）

① 全国で一体感を持って取り組むため、全ての代協が「自主目標」を定めて取り組む。

② 一定の退会があることを前提とし、「新規入会ベース」の目標を意識して取り組む。（同時に、合併・廃業等の真にやむを得ない事由を除いた退会に歯止めをかけるためには、会員のグリップと代協活動への参画を高める活動を強化する必要があり、ここを強く意識するために「退会限度数目標」を定める。）

③ 専業代理店組織率50%以下の代協は、中期的な目標として50%超達成を目指し、本年度の目標を定める。

④ 増強運動は「通年運動」とし、連月稼働を前提に、日常の代協活動の中で呼びかけや紹介依頼を行っていく。（但し、推進状況によっては、下期の特定の期間において、増強キャンペーンの実施を検討する。）

⑤　全国全支部が最低２店の入会を達成する。

⑥　「紹介の仕組み」を作り、代協会員に相応しい代理店・募集人に狙いを定めてアテンドを行う。

ⅰ．既存会員から紹介を引き出す仕組みを作る。特に、各社の主力代理店・認定代理店に代協の価値を理解してもらうことは重要であり、各委託保険会社内でそれぞれの代協会員が代協活動に関する情宣を図り、加入を促していく。

ⅱ．保険会社にも協力を依頼する。（日頃の接点強化に努める。）

ⅲ．代協会員と非会員代理店が合併する際は、新代理店の入会を確実にフォローする。

ⅳ．研修生卒業代理店は、組織の新たな活力になる次代の人材であり、引き続き損保各社の協力を得て入会案内を行い、加入を勧奨していく。

⑦　組織委員だけではなく、会員一体となった取り組みとなるよう役割分担を行う。（組織委員会のリードの下、各代協会長・組織委員長・事務局・ブロック長・地域担当理事の間で密接な連携を図りながら取り組みを推進する。）

⑧　「日本代協３大ブランド」である以下の施策を活用する。

ⅰ．「代理店賠責セミナー」の開催（保険会社の社員や非会員代理店も対象に含めた開催を企画する）

ⅱ．「損害保険大学課程」の受講

ⅲ．「地域社会貢献活動」への取り組み

⑨　退会理由を集計・分析し、退会防止に役立てる。

⑶　新入会員オリエンテーションの実施

平成25年度にオリエンテーションを実施したのは42代協（計52回・参加者865名）となり、全代協で実施することはできなかったが、開催代協、回数、参加者とも大幅に増加した。

新入会員に本会を理解してもらい、また本会の活動に参加する喜び（価値）を知ってもらうためにもオリエンテーションの開催は重要である。「新人会員オリエンテーションガイド」を参照の上、全代協でできる限り第一四半期（４月～６月）に開催し、新人会員への啓発とともに、疎外感を味あわせることがないように努力する必要がある。

⑷　ブロック協議会活動の強化

代協活動、特に、会員増強活動を進めるに当たっては、ブロック協議会の担う役割は極めて大きい。各ブロック協議会においては、各代協の経験交流を通じて、所属代協が揃って目標を達成できるよう指導的役割を発揮する必要がある。本年度も地域担当理事の指導のもと、計画的な開催と経験交流を通し、各代協活動を草の根ベースで活性化させていく。

⑸　各種委員会との連携強化

企画環境、組織、教育、CSRの４委員会は全国委員会であり、その基盤は各代協にある。各代協においては、上記４委員会の委員が活動の中心となってブロック協議会並びに日本代協の各委員会とのパイプ役となり、支部活動、代協活動を活発に展開していくことが期待される。（要は、連絡、連携を密にし、情報の共有化を図ること）

⑹　損保協会、同協会支部、損保各社との接点・連携強化

代協活動を推進するために重要なことは、日頃から損保協会（支部）、損保各社（支店・支社）との良好な関係構築に努め、意思疎通をしっかりと図っておくことにある。日本代協、各代協、各支部がそれぞれの持ち場で計画的に行動し、代協活動に対する理解と支援を求めていく。併せて、信頼関係の基本は相互互恵関係の構築にあることを認識し、出来る協力は積極的に行っていくことも重要である。

⑺　損保８社並びに損保協会との懇談会

日本代協・各代協の活動に対する理解を深めていただくとともに、「代協会員の増強」、「国民年金の加入者募集」、「代理店賠責の加入推進」、「損害保険大学課程の受講推進」等に対する協力依頼を行うことを目的として、毎年７月・１月の年２回、損保８社と損保協会の担当部長（各社営業企画・地域営業推進・専業代理店担当部門）との懇談会を実施しており、今後も継続的に働きかけを行っていく。（平成26年度第１回の懇談会は７月９日開催済み）

［懇談会参加の損保８社＋損保協会（50音順）］

あいおいニッセイ同和・共栄火災・損保ジャパン・東京海上日動・日新火災

日本興亜・富士火災・三井住友海上／損保協会（募集・研修サービス部）

２．基盤強化

■人材育成研修会

人材育成研修会は、代理店・募集人の資質向上とともに、代協活動の次代の指導者を育成するために重要な取り組みである。また、本研修会を計画的に開催している代協は、退会抑制とともに会員増強にも成果を出しているところが多い。

平成29年度までの開催スケジュールは下記の通りであり、各ブロックにおいては「人材育成研修会マニュアル」を活用しながら、活発な意見交換が行われる有意義な研修会にすべく、計画することが望まれる。（下記スケジュール以外の自主的な開催も期待される。）

年　度	開催ブロック
平成26年度	上信越・東　京・近　畿・四　国
平成27年度	北東北・東関東・阪　神・九州南
平成28年度	南東北・南関東・東中国・九州北
平成29年度	北海道・東　海・北　陸・西中国

■組織の強化と基盤整備

⑴　基本的な考え方

組織が人の集りである以上、組織の活性化は組織を構成する人、とりわけそのリーダーの資質に負うところが大きい。各代協会長・支部長は、明確なビジョンと責任感を持ち、リーダーシップを発揮して組織運営に取り組むことが求められる。この場合、最も重要なスキルは「傾聴」の姿勢であり、常に会員の声に耳を傾け、対話をベースにした組織運営を意識することが必要である。

平成21年度からは、全ての代協が法人格をもった社団として活動することとなった。社会の期待もまた社会に対する責務も、任意団体の時代とは比較にならぬ位に大きなものとなる。この第二の創業とも言える転換期においては、改めて代協活動の原点に戻り、支部活動、代協活動、ブロック協議会等の更なる活性化を図ることが必要であり、代協会長、支部長の役割はますます重要なものになっている。

一方で、本会の最大の課題は、各代協の取り組みに濃淡があり過ぎることにあり、全国の取り組みに粗密が生じないよう、ブロック協議会等の場を通して認識の共有化を図るとともに、各会長のサポート、支援を行う必要がある。

なお、業界団体という特性上、各代協のリーダー役は、代協活動と本業（保険代理業）を両立させるだけでなく、自らの事業を発展させることで、他の会員の模範となる代理店となることが望まれる。

⑵　支部活動の強化

支部が強くなければ、代協が強くならないのは自明の理である。各支部長は、所属する代協はもとより、「損保代理業を背負っているのは自分である」との責任感とリーダーシップをもって、支部活動をリードすることが組織活性化の鍵となる。

「代協活動は、会員が“集い、語らう”ことから始まる」と言われるが、その原点が支部であり、各支部は定期的に会合を開き、情報交流と相互研鑽を重ねていくことが望まれる。

「支部の活性化」⇒「加入したくなる代協作り」⇒「会員の増強」⇒「活動への全員参画」⇒「代協・日本代協の活性化」⇒「損保代理業界の発展」⇒「損保業界の健全な発展」へとつなげていくため、支部並びに支部長の役割は極めて重要であり、創意工夫を凝らした活動の展開が期待される。

⑶　代協事務局の対応力アップ

一般社団法人の活動を円滑に遂行していくためには、各代協事務局の安定的運営と能力向上は不可欠である。日本代協としては、事務局支援のため、定期的に「事務局員研修」を行っており、直近では、平成26年７月に実施し、各業務の業務処理の流れや一般社団法人運営上の留意点等について、理解を深める機会を設けた。(34代協から37名参加)また、事前アンケートに基づく情報交換や日頃の悩み相談などを行い、実りある研修とすることができた。

今後も、定期的（２－３年サイクル）に開催し、代協事務局のレベルアップを支援していく方針である。なお、次回開催は、平成29年度を予定している。

⑷　代協内における認識・情報の共有化

各代協おいては、会員に対する情報発信を強化し、日本代協の方針や具体的活動の内容、並びに各代協の取り組み状況、更には業界動向等に関する最新知識等の情宣に努め、認識の共有化を図る必要がある。

⑸　若手会員の育成・登用

組織活性化のためには、次代を担う若手の育成、登用が不可欠であり、各代協においては、将来の指導者育成の視点を常に持って積極的に若手人材を登用し、役員人事の若返りを図るとともに、その育成を支援することが望まれる。

⑹　女性会員の登用

保険募集の現場では多くの女性が活躍しており、思考の多様性確保の観点からも女性会員の登用を積極的に行い、組織の活性化を図ることが重要である。(“ダイバーシティ”推進の一環)

⑺　一般社団法人に相応しい組織体制・運営体制の構築

①　各代協においては、法律に沿って一般社団法人としてのガバナンスを確保する必要がある。併せて、地域社会や所属会員に貢献できるサポート力を保有する必要があり、「一般社団法人運営マニュアル」を参考にしながら、態勢の構築、適正な組織運営、事務局の役割分担等を確立することが求められる。

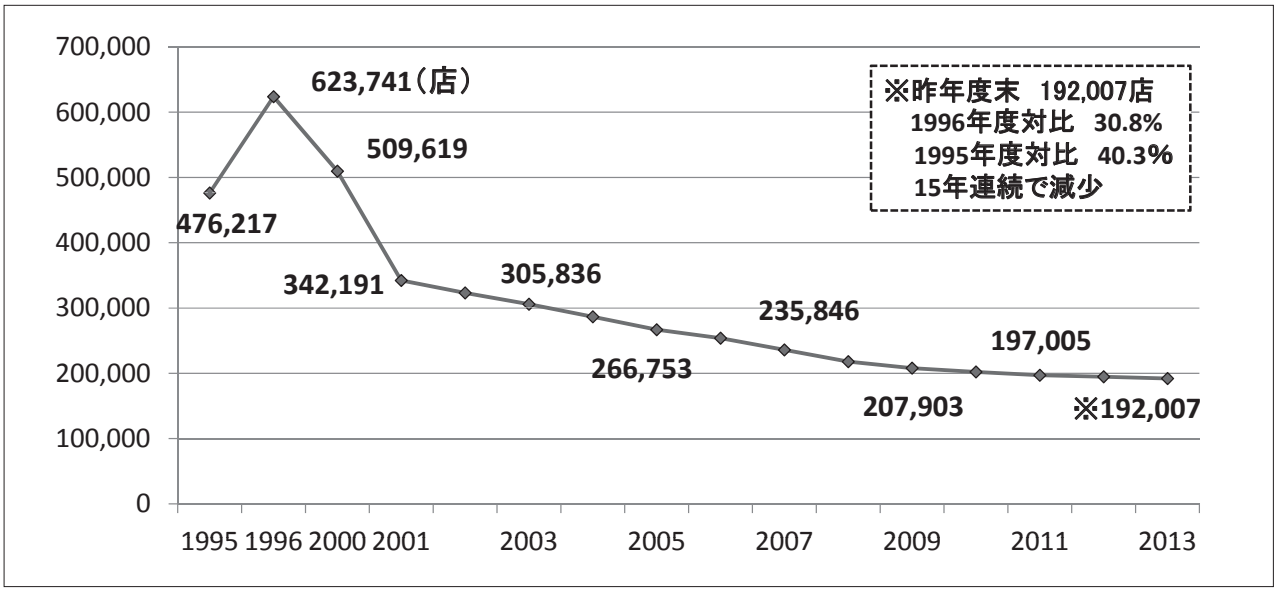
②　運営に当たっては、ブロック協議会の場等を活用し、他代協とのノウハウ交換を進める。

③　日本代協本部においては、各代協の運営に資する情報収集と知識習得に努め、弁護士・公認会計士等の専門家の支援を得ながら、各代協の個別事案（特に、意思決定手続きや税務問題）への対応をサポートする。

⑻　好取り組み事例の収集・発信

現状取り組み不十分であり、各委員会、各理事、事務局等で連携し、各代協並びに代協会員の好取り組み事例に関する情報収集と発信に努める。(各代協にも積極的な情報提供を依頼する。)

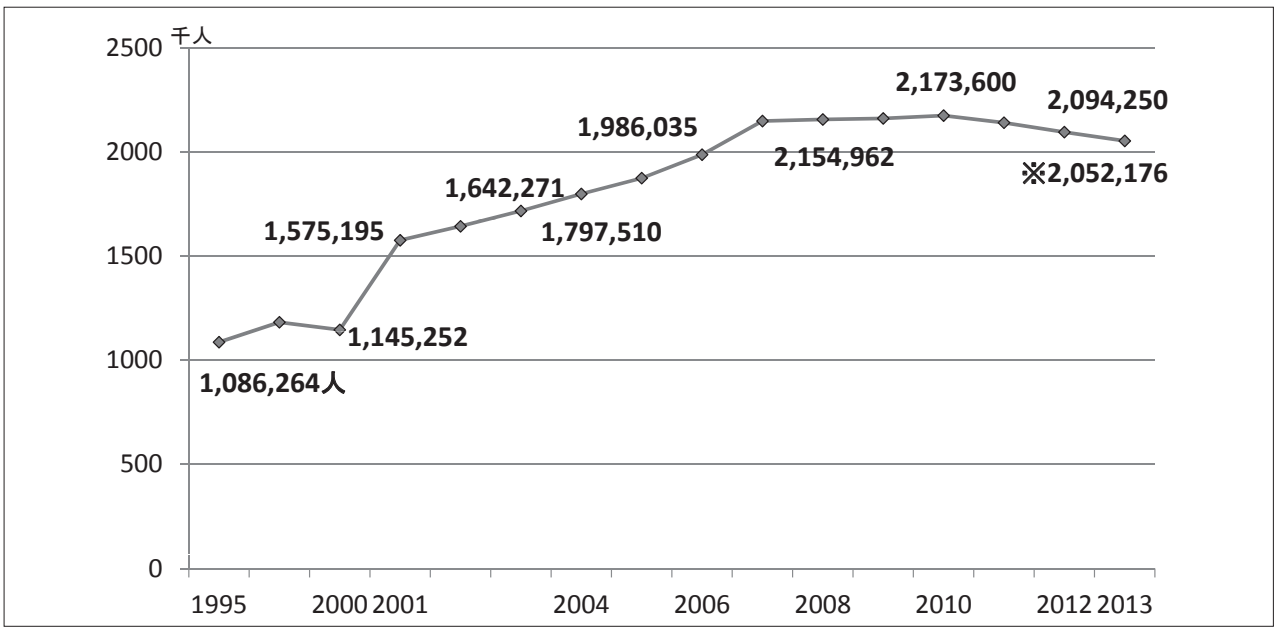
〔付表１〕 代理店実在数の推移



※代理店実在数は1996年度の623,741店が最大。これは1996年4月から新保険業法が施行されたことによって生損保相互参入が認められた結果、生保の営業職員の登録数が増えたものと推測される。

※2001年度大幅減少は保険業法改により生保会社本体が損保代理店となることが可能になり、生保営業職員の個人代理店が大幅に廃止されたためと推測される。（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

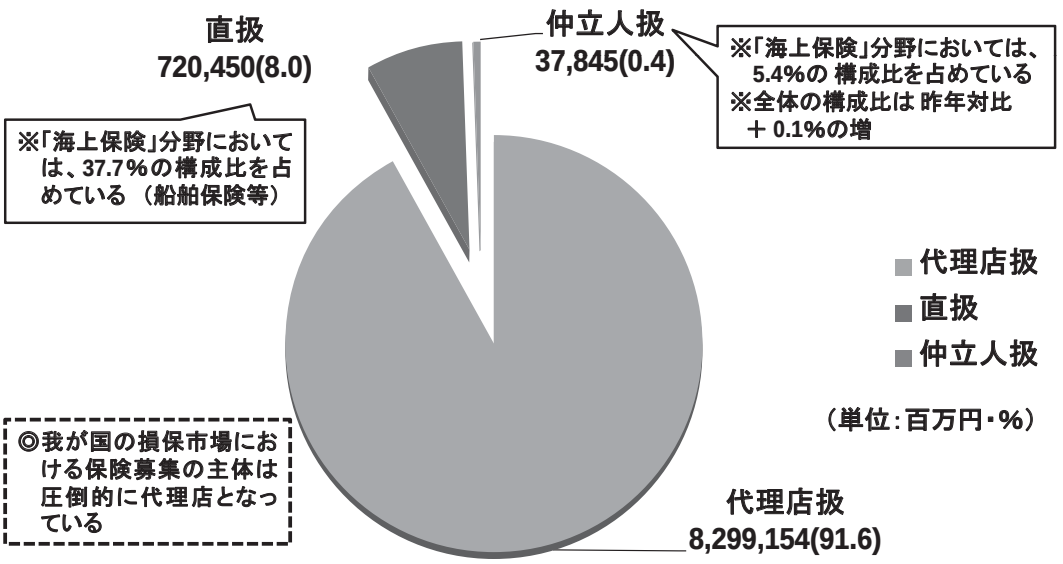
〔付表２〕 募集従事者数の推移



※2013年度は、昨年に引き続き、募集従事者数が減少した。（▲42,074人・▲2.0%） 減少は３年連続。

※募集従事者数は2001年度に大幅に増加（＋429,943人）。これは銀行等の金融機関の窓口において保険販売が解禁されたことに伴い、銀行員等が大量に募集従事者になったためと推測される。（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

〔付表３〕 募集形態別元受正味保険料



※代理店扱：損害保険代理店を通じて行われる募集形態
※直　　扱：保険会社の役職員（研修生を含む）が直接保険を募集する形態
※仲立人扱：保険仲立人を通じて行われる募集形態（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

〔付表４〕 形態別代理店数・扱保険料・募集従事者数 （国内・外社計）

（単位：店・百万円・人）

	合　計	専業・副業別		法人・個人別		専属・乗合別	
		専　業	副　業	法　人	個　人	専　属	乗　合
代理店数	192,007	30,235	161,772	109,363	82,644	138,902	53,105
		15.7%	84.3%	57.0%	43.0%	72.3%	27.7%
扱保険料	6,133,144	2,407,596	3,725,548	5,596,151	536,993	2,151,046	3,982,098
		39.3%	60.7%	91.2%	8.8%	35.1%	64.9%
募集従事者数	2,052,176	126,164	1,926,012	1,921,383	130,793	641,288	1,410,888
		6.1%	93.9%	93.6%	6.4%	31.2%	68.8%

※扱保険料は火災保険、自動車保険、傷害保険の合計額を計上。
※専業代理店１店平均収保：約80百万（昨年対比＋10百万）・専属代理店１店平均収保：15百万。
※昨年対比：専業代理店の収保ウエイトは▲1.8Ｐ減少・専属代理店の収保ウエイトは▲3.5%減少。
　　乗合代理店の店数構成比（＋3.5P）・収保構成比（＋3.8P）は何れも上昇。
※募集形態別保険料の視点から見ると日本は「副業・法人・乗合代理店」の市場であることになる。
注：統計システム上、生保委託のある代理店の募集従事者数がカウントされていない会社がある。
（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

〔付表５〕 都道府県別代理店実在数（平成25年度末統計）

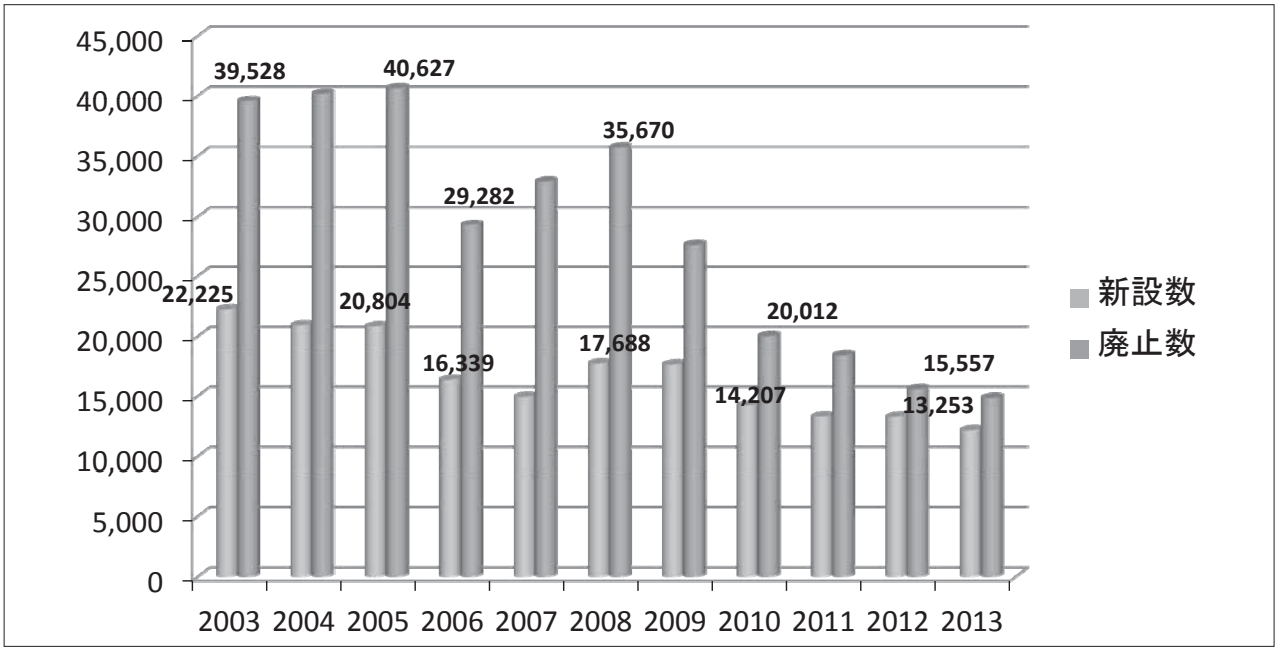
（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

都道府県名	代理店実在数	都道府県名	代理店実在数	都道府県名	代理店実在数
北 海 道	8,552	長 野 県	3,654	岡 山 県	3,379
青 森 県	2,232	岐 阜 県	3,663	広 島 県	4,614
岩 手 県	1,924	静 岡 県	6,893	山 口 県	2,018
宮 城 県	3,932	愛 知 県	10,582	徳 島 県	1,642
秋 田 県	1,584	三 重 県	2,989	香 川 県	1,797
山 形 県	2,059	富 山 県	1,934	愛 媛 県	2,510
福 島 県	3,372	石 川 県	2,044	高 知 県	1,212
茨 城 県	5,580	福 井 県	1,478	福 岡 県	8,122
栃 木 県	3,585	滋 賀 県	1,962	佐 賀 県	1,367
群 馬 県	3,968	京 都 府	3,991	長 崎 県	2,226
埼 玉 県	8,936	大 阪 府	12,810	熊 本 県	3,130
千 葉 県	7,666	兵 庫 県	7,299	大 分 県	1,928
東 京 都	18,139	奈 良 県	1,795	宮 崎 県	1,829
神奈川県	8,894	和歌山県	1,949	鹿児島県	2,910
新 潟 県	4,030	鳥 取 県	1,016	沖 縄 県	2,123
山 梨 県	1,645	島 根 県	1,043	合　　計	192,007

※昨年対比▲2,694店減少（対前年比98.6%）

※山形、香川、高知、沖縄県以外の都道府県は代理店数減少。

〔付表６〕 代理店新設数・廃止数の推移



※平成25年度の新設店数は12,151店・対前年▲1,102店の減少

※廃止店数は14,845店・対前年▲712店の減少

※新設店数は過去10年で最大の2003年度（H15年度）の22,225店との対比で約55%の水準

※廃止店数は同2005年度（H17年度）の40,627店との対比で約38%の水準・構造改革が一段落した感がある

（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

〔付表７〕 チャネル別代理店数・募集従事者数（平成26年３月末）

（出典：日本損害保険協会HPより抜粋）

保険募集チャネル	代理店数			募集従事者数		
	店数	構成比	順位	人数	構成比	順位
ディーラー・整備工場等	100,999	52.6%	1	569,562	27.4%	2
専業代理店	29,005	15.1%	2	314,454	15.1%	3
不動産業	25,234	13.1%	3	120,124	5.8%	5
卸売・小売業（自動車を除く）	6,110	3.2%	4	39,378	1.9%	7
建築・建設業	4,568	2.4%	5	31,820	1.5%	8
公認会計士・税理士等	3,888	2.0%	6	14,151	0.7%	9
旅行業	2,442	1.3%	7	56,154	2.7%	6
通信・運輸業	2,005	1.1%	8	183,350	8.7%	4
金融業	1,736	0.9%	9	596,653	30.0%	1
（金融業のうち銀行業）	（1,161）	（0.6）		（431,943）	（21.7）	
その他サービス業等	16,020	8.3%		126,530	6.2%	
合　　計	192,007	100.0%		2,052,176	100.0%	

	代理店数	募集従事者数
生命保険募集人を兼ねる代理店	39,792	1,111,826

※「生保募集人を兼ねる代理店」は、上段の保険募集チャネルにおいて、生保募集人を兼ねている代理店数・募集従事者数を表している。

※付表④の専業代理店数（30,235店）と上記チャネル別統計の専業代理店数（29,005店）に差異があるのは、チャネル別統計が平成20年度から調査を始めた新しい統計であることから、両統計作業用のシステムの仕様が異なる保険会社があるため。

※専業代理店の募集従事者数には生保会社の営業職員が含まれる。

＜付表数字の対象会社＞

［国内保険会社　28社］

あいおいニッセイ同和、アイペット損保、アクサ損保、朝日火災、アニコム損保、アリアンツ火災、イーデザイン損保、エイチ・エス損保、AIU、エース損保、SBI損保、au損保、共栄火災、ジェイアイ、セコム損害保険、セゾン自動車火災、ソニー損保、損保ジャパン、そんぽ２４、大同火災、東京海上日動、日新火災、日本興亜損保、日立キャピタル損保、富士火災、三井住友海上、三井ダイレクト、明治安田損保

［外国保険会社　14社］

スター、ゼネラリ、アトラディウス、アメリカンホーム、カーディフ、HDIゲーリング、コファス、ロイズ、ニューインディア、スイスリーインターナショナル、チューリッヒ、現代海上、フェデラル、ユーラーヘルメス

〔付表８〕 ブロック別・代協別　正会員数・組織率（平成26年３月末現在）

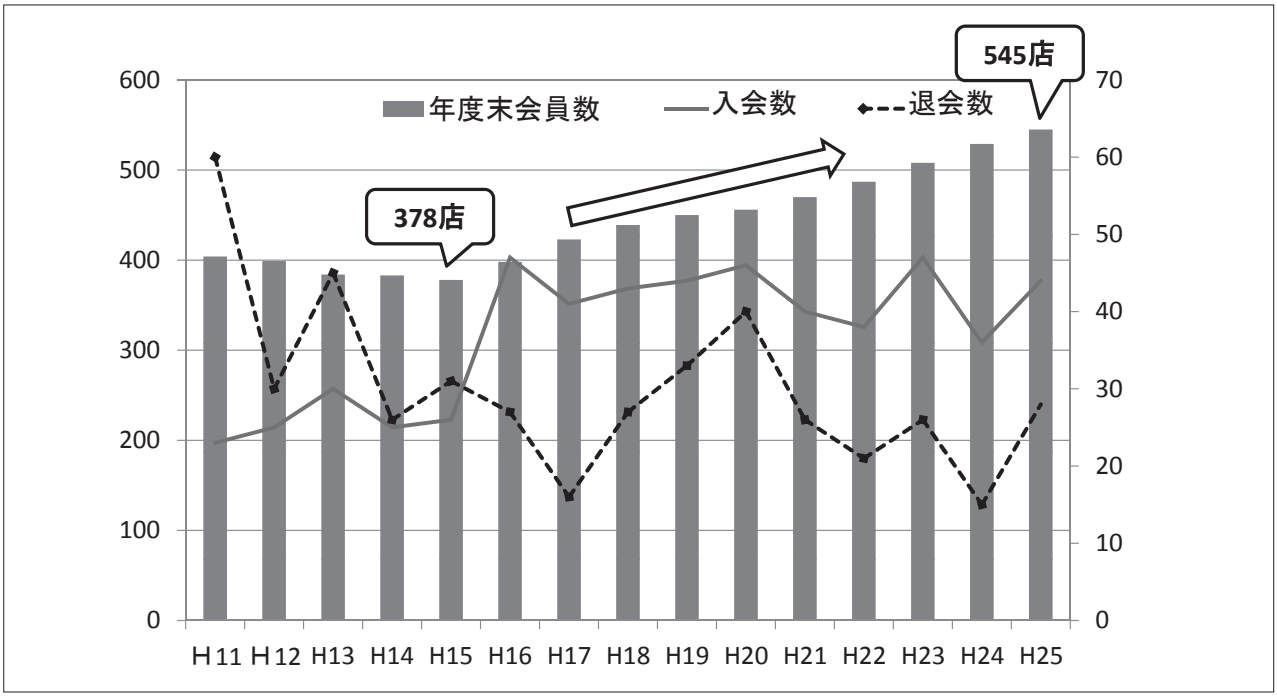
代協ブロック	専業代理店実在数 H26年3月末現在	H26年３月末 正会員数	組織率(%)
北海道	1,561	558	35.7%
〈北海道計〉	**1,561**	**558**	**35.7%**
青森	411	125	30.4%
岩手	326	105	32.2%
秋田	296	101	34.1%
〈北東北計〉	**1,033**	**331**	**32.0%**
宮城	680	222	32.6%
やまがた	305	161	52.8%
福島	545	246	45.1%
〈南東北計〉	**1,530**	**629**	**36.3%**
新潟	601	178	29.6%
長野	587	228	38.8%
群馬	602	243	40.4%
〈上信越計〉	**1,790**	**649**	**36.3%**
栃木	573	120	20.0%
茨城	779	230	29.5%
埼玉	1,366	374	27.4%
千葉	1,419	375	26.4%
〈東関東計〉	**4,137**	**1,099**	**26.6%**
神奈川	1,552	439	28.3%
山梨	244	117	48.0%
〈南関東計〉	**1,796**	**556**	**31.0%**
東京	3,031	868	28.6%
〈東京計〉	**3,031**	**868**	**28.6%**
静岡	1,078	288	26.7%
愛知	1,666	591	35.5%
岐阜	555	219	39.5%
三重	508	215	42.3%
〈東海計〉	**3,807**	**1,313**	**34.5%**
富山	296	145	49.0%
石川	295	165	55.9%
福井	241	130	53.9%
〈北陸計〉	**832**	**440**	**48.5%**

代協ブロック	専業代理店実在数 H26年3月末現在	H26年３月末 正会員数	組織率(%)
滋賀	245	118	48.2%
京都	627	350	55.8%
奈良	283	123	43.5%
〈近畿計〉	**1,155**	**591**	**51.2%**
大阪	1,885	925	49.1%
兵庫	1,032	268	26.0%
和歌山	304	186	61.2%
〈阪神計〉	**3,221**	**1,379**	**42.8%**
岡山	519	345	66.5%
鳥取	179	109	60.9%
島根	171	58	33.9%
〈東中国計〉	**869**	**512**	**58.9%**
広島	662	226	34.1%
山口	360	166	46.1%
〈西中国計〉	**1,022**	**392**	**38.4%**
徳島	228	113	49.6%
香川	236	139	58.9%
愛媛	363	146	40.2%
高知	196	112	57.1%
〈四国計〉	**1,023**	**510**	**49.9%**
福岡	1,380	545	39.5%
大分	335	145	43.3%
佐賀	214	108	50.5%
長崎	334	168	50.3%
〈九州北計〉	**2,263**	**966**	**42.7%**
宮崎	301	161	53.5%
熊本	439	240	54.7%
鹿児島	398	164	41.2%
沖縄	405	140	34.6%
〈九州南計〉	**1,543**	**705**	**45.7%**
全国合計	**30,613**	**11,498**	**37.6%**

※専業代理店実在数は日本損害保険協会HPより抜粋

※（専業代理店）組織率トップ３は岡山県代協（66.5%）、和歌山県代協（61.2%）、鳥取県代協（60.9%）。
※その他、組織率50%の組織目標を達成しているのは、やまがた、石川県、福井県、京都、香川県、高知県、佐賀県、長崎県、宮崎県、熊本県の計10代協
※ブロック単位では、58.9%を達成している東中国ブロックがトップ。近畿・四国ブロックが続いている。
※30%未満は、新潟、栃木、茨城、埼玉、千葉、神奈川、東京、静岡、兵庫の９代協。

〔付表９〕 福岡県代協　会員数の推移



〔付表10〕 福岡県代協　会員増強データ

年度	前年度末会員数	入会数	退会数	増減	年度末会員数
H.11	441	23	60	△ 37	404
H.12	404	25	30	△ 5	399
H.13	399	30	45	△ 15	384
H.14	384	25	26	△ 1	383
H.15	383	26	31	△ 5	378
H.16	378	47	27	20	398
H.17	398	41	16	25	423
H.18	423	43	27	16	439
H.19	439	44	33	11	450
H.20	450	46	40	6	456
H.21	456	40	26	14	470
H.22	470	38	21	17	487
H.23	487	47	26	21	508
H.24	508	36	15	21	529
H.25	529	44	28	16	545

※年度末会員数は平成15年度をボトムとして反転し、10年連続で増強している。
※昨年度は、平成15年度対比＋167店（約144%）の増強。

19　代理店賠責の推進と代理店経営品質向上への取り組み

■代理店賠責創設の経緯

平成11年４月に代協会員の要請を受けた米国のリバティ保険会社が、伊藤忠インシュランス・ブローカーを通じて損害保険代理店賠償責任保険を開発したのが発端である。その後、理事会で日本代協としての制度創設を検討したが、その際は担保範囲が不明確で次期尚早との結論となり、制度採用は各代協の判断に委ねることとなった。

その後、平成12年５月に消費者契約法、金融商品販売法が成立し、代理店もコンプライアンスの徹底が強く求められる時代になったこと、また、東京代協から度々検討要請を受けたこと等から、平成13年６月の理事会において、保険業法第283条第３項による保険会社から代理店に対する求償への備えとして、改めて制度創設に向けた検討を行うことが決定し、企画環境委員会に諮問された。

同委員会において審議の結果、保険制度の創設を積極的に推進することとなり、同年２月の理事会で承認の後、平成14年７月１日付で日本代協としての代理店賠償責任保険制度がスタートした。

■代理店賠責の一本化

一方、日本代協としての制度創設の検討に時間を要していることに危機感を持った東京代協では、共済と保険のハイブリッド型となる「職業賠償共済」（保険部分の引受はAIU社）を独自に開発し、日本代協の保険制度に１年先行する形で平成13年５月から募集を開始させていた。このため、日本代協の制度がスタートした平成14年７月以降は、東京代協と日本代協の二本の制度が併進する状態となった。

こうした状況に対して多くの代協会員から制度の一本化を望む声が上がり、平成16年夏から一本化に向けた検討が開始された。

検討の結果、両者の利点を取り入れ、代協加盟代理店に更にメリットがある制度とすることで合意に達し、平成17年２月の理事会で一本化が承認され、同年７月１日よりアリアンツ火災を元受保険会社とする「代理店賠責『新日本代協プラン』」を創設し、改めてスタートすることとなった。

「新日本代協プラン」は、東京代協の職業賠償共済で補償していた部分をほぼ取り入れた上で、新たに個人情報漏えいに係る対応費用部分を補償範囲とし、更に補償限度額を２倍に引き上げた。これらの対応により、補償内容は大幅に拡充されるとともに、保険料は低廉な価格のまま据え置かれたため、代協加盟代理店にとって更に魅力ある制度に生まれ変わることとなった。

■引受保険会社の変遷

⑴　アリアンツ火災引受けの経緯

同プランの引受先については、検討当初米国のリバティ保険会社を想定していたが、同社が米国における同時多発テロの影響を受けて日本市場から撤退することとなったため、同社の推薦でアリアンツ火災が引き受けることとなり、平成23年度契約分まで同社が元受保険会社となっていた。（平成22年度契約までは７月１日始期であったが、平成23年度契約から、契約事務がスムーズに行えるよう始期日を10月１日に変更して募集を行っている。）

⑵　エース保険への変更

平成24年度の更新契約においては、エース保険から補償内容がより充実したプランの提案を受けたため、

理事会で審議の結果、元受保険会社を変更することとなり、『日本代協新プラン』と名称を変えて募集を行うこととなった。（本変更に伴う被保険者サイドの不利益はなし）

■本制度に対する基本的なスタンス

プロの保険代理店としては、不断の努力を積み重ねて自社の経営品質向上を図り、適切・的確な保険募集の遂行並びに内部事務管理態勢の整備等により、契約者等とのトラブルを未然に防止することが最優先の取り組み課題である。

一方で、自らの行動（代理店としての行動）が招いた結果に責任を負えるだけの賠償資力を確保することは保険募集のプロとして重要なことである。（本保険は言い掛かり的な訴訟時の防御費用等も対象となる。）また、保険契約の性格上、巨額賠償事案も想定されるため、内部留保で対応することは困難であり、各代協会員は漏れなく『代理店経営のプロテクター』となる本制度へ加入することが必要である。

更に、今回の業法改正において、保険会社からの求償権行使の義務化は見送りになったものの、募集人に対して直接情報提供義務等が課され、また、代理店に対してもそれらの義務の適切な履行を支える体制整備義務が課されることから、特に乗合代理店においては、顧客との賠償疑義事案における保険会社サイドの責任割合は縮減される方向に向かうことが想定され、代理店賠償責任保険の重要性は極めて大きくなっている。

従って、日本代協としては、別個登録店、AIU代理店会所属代理店の会員を除き、代協会員100%加入を目指す。

なお、大手企業代理店の会員においては、１事故１億円というリミットの低さ等、加入をためらう原因になっている課題がいくつかあるため、次年度契約の条件設定に向けてエース社と協議を行う。

■本制度の健全な普及のための取り組み

① 未加入会員や非会員の代理店に対し、事故例集等を用いて情宣と加入案内を行う。（各代協）

② エース社の協力の下、各地域で「代理店賠責セミナー」を開催し、本制度の普及を図る。

③ 「経営品質向上委員会」を定期的に開催し、事故例等の分析結果をフィードバックすることによって、各代協会員の日常行動の改善に活かしてもらう。（日本代協…昨年度は平成26年３月実施）

④ 学識経験者等交えた「代理店賠償責任保険審査会」を開催し、本制度の健全・公平な運営を図る。（日本代協…昨年度は平成25年５月実施）

⑤ 各保険会社の業務連絡会等の場を借りてセミナーを開催し、本制度への理解を深める。（各代協）

⑥ 保険会社の本社担当部門並びに代理店担当社員に保険業法第283条の趣旨（使用者賠償の特例）を十分に理解してもらい、保険会社に生じる責任と本制度採用によるメリットをともに認識してもらう。（日本代協・各代協）

⑦ 円滑な事故処理のため、エース損保と各保険会社担当部門との折衝ルートを構築する。（日本代協）

■代理店賠責の概要（平成26年度更新契約）

□契約方式：日本代協を契約者とし、代協正会員を被保険者とする団体契約

□募集時期：８月中旬から案内開始

□補償内容：① 代理店賠償・受託財物・施設賠償＝１事故１億円・期間中３億円

② 争訟費用＝１事故2,000万円・期間中6,000万円

③ 個人情報漏えい見舞金＝１事故・期間中500万円　等

約款内容について一部見直しを行っているが、基本的な内容は昨年通り

□保険期間：平成26年10月１日～平成27年10月１日（１年間）

□保険料水準：平成25年度契約と同じ（平成21年度契約から同水準を維持）

□割 増 引：団体割引・優良割引・旧認定保険代理士割引（６月末在籍数基準）／先行行為補償特約10%割増

□加 入 率：平成26年３月末時点：9,469店／加入率＝82.4%

□本年度契約における「３者間契約スキーム」を選択して統括代理店傘下の個人代理店(※)に移行した場合の取り扱い：来年３月末期限の委託型募集人の適正化に伴い、「３者間契約スキーム」を採用して統括代理店傘下の個人代理店(注)に移行した場合は、統括代理店の募集人としてカウントした上で統括代理店が保険加入手続きを行うことが必要である。（当該個人代理店単独での加入はできない）

（注：「３者間契約スキーム」に関する損保業界の標準ひな形では、教育・指導・管理を行う親代理店を「統括代理店」、統括代理店の下で保険募集を行う個人代理店を「勤務型代理店」と呼称しているが、保険会社によっては「非統括代理店」あるいは「新設代理店」等と呼ばれている。名称が異なるだけでスキーム上の位置づけは同じである。）

20 CSR活動の推進

〈地球環境保護・社会貢献活動への取り組み〉

■CSR活動への取り組みの経緯

損害保険に携わるものとして、気候変動や異常気象の原因となる地球環境の保護に関わる具体的な活動を行うことは重要なことであり、日本代協として何が出来るか検討しようという問題提起が平成10年２月の理事会において行われたのが契機となり「地球環境問題研究会」が発足、その後、「地球環境問題対策室」から「地球環境対策室」へと引き継がれる中で委員数も増員し、徐々に取り組み範囲を拡げていった。

一方、社会貢献活動についても、平成19年度からは地球環境対策室の主管業務と位置付けて推進体制の明確化を図り、平成20年度には一層の社会貢献活動を展開していくために、地球環境対策室を全国委員会に格上げするとともに名称も「地球環境・社会貢献委員会」と改称し、活動を強化した。

平成22年度には、名称を「CSR委員会」と改称し、日本代協並びに各代協の「組織としての社会的使命・責任を果たす」ことを目的として、全国各地で活動を展開していくことを改めて明確にした。

地球環境保護・社会貢献活動を主体とするCSR委員会の取り組みは、日本代協の重要な事業であり、個人として取り組むものは個人として、組織として取り組むものは組織一体となって、引き続き積極的に取り組みを進めることとする。（全国の代協・支部における活動内容については、日本代協HP参照）

■地球環境保護への取り組み

⑴　代協正会員が実行すべき基本行動

平成12年に以下の３項目を会員各自が実行すると定めており、代協会員各自あるいはそれぞれの会社で意識して取り組むことが必要である。

①　紙の使用削減に努める（両面コピー、縮小印刷、電子ファイル、WEB証券の活用等）
②　ゴミの削減に努める（リサイクル、リユース等を含む）
③　駐車中は自動車のエンジンを切る（エコカーに乗り換える等を含む）

⑵　「チャレンジ25キャンペーン」

政府が進める同キャンペーンに団体登録を行っており、個人、組織双方の取り組みの指針とするとともに、出来ることから具体的に行動に移していく必要があるが、現在政府において見直し作業中であり、その結果に従うこととしている。当初政府が定めた取り組み項目は、以下の通り。

①　エコな生活スタイルを選択する
②　省エネ製品を選択する
③　自然を利用したエネルギーを選択する
④　ビル・住宅のエコ化を選択する
⑤　CO_2削減につながる取り組みを応援する
⑥　地域で取り組む温暖化防止活動に参加する

⑶　リサイクル部品の活用推進

損保業界の課題として、廃棄物減少、CO_2削減につながるリサイクル部品の活用を契約者に働き掛けることは非常に重要であり、一般ユーザーにリサイクル部品の存在と使用効果の周知に努める。

リサイクル部品使用によるCO_2削減効果は以下の通りである。

（早稲田大学環境総合研究センター資料から引用）

・ドア　　：新品136.09Kg　⇒　リユース0.75Kg　　≪削減量135.34Kg≫

・バンパー　：新品 37.51Kg　⇒　リユース0.13Kg　　≪削減量 37.38Kg≫

・エンジン　：新品457.34Kg　⇒　リユース2.78Kg　　≪削減量454.59Kg≫

・ラジエター：新品 57.36Kg　⇒　リユース0.15Kg　　≪削減量 57.51Kg≫

なお、契約者の意識（保険で修理できるなら新品がいい）と修理業者サイドの収益への影響（新品の方が利益が大きい）並びに迅速・確実な部品手配等の観点から、関係者への意識付けだけで活用が進む状況にはない。一方で、リサイクル部品の使用により修理費が低減することで、保険料率の引き上げを抑制することにつながるという反射的利益もある。従って、修理の際にはリサイクル部品の使用義務を組み込んだ保険商品を開発する等の「仕組み」作りが必要であり、損保協会に対して働きかけていくこととしている。

⑷　地域における活動の活性化

地域の実情に応じた様々な環境保護活動（植林、清掃等）を、代協・支部単位で実施することがこの活動の基本であり、引き続き地道にかつ継続的に取り組むこととする。

実施にあたっては「ボランティア・グリーン活動ガイドブック」（日本代協書庫にファイル掲載）を活用するとともに、従業員、家族のみならず損保協会や各保険会社社員等にも広く声をかけ、業界一体となって取り組む風土作りを各代協や支部がリードして行うことが望ましい。（大阪代協「御堂筋クリーンイベント」、愛知代協「熱田神宮参道並びに外周道路の整備」、東京代協「荒川クリーンエイド」等）

また、必ずしも自ら主催することに拘らず、他団体主催のイベントへの協賛等の形で参画することも考えられる。いずれにしても、各代協会員が自ら出来ることは夫々取り組むとともに、各代協・支部で創意工夫を発揮し、「継続的に（続けることに意味がある）」「楽しく（楽しくないと続かない）」「出来る限り多くの人たちと（多数の参加の機会になる）」共にいい汗を流して、環境保護につながる活動を実践していくことが期待される。

⑸　マイ箸の斡旋

平成21年度に福井代協の発案で、小浜市で作られた「若狭塗箸」の斡旋販売を開始した。（注：福井県小浜市は全国の塗箸の８割を生産している。箸袋には「日本代協」ネーム入りで、値段も市販価格の３割程度と大変格安な設定となっている。）マイ箸の使用は熱帯雨林伐採を食い止めるとともに、資源の無駄使いを少なくする効果がある。また、契約者等へのPRとしても利用できるため、引き続き活用を勧めていく。（個々の代協会員においてもマイ箸持参を心がけることが必要である。）

■地域社会貢献活動への取り組み

⑴　基本方針

地域に密着した活動を通して社会に役立つ存在となることを目指す日本代協グループにとって、各種ボランティア活動による地域社会への貢献は、重要な取り組みであり、本年度も各代協・支部の創意工夫の下で、損保協会や損保会社の社員の協力も得ながら、計画的に実施する。

⑵　草の根活動の展開

全国各地で献血、チャリティ、救命士講習（AED講習）、介護施設や恵まれない子供たちへの支援等、様々な活動が展開されている。こうした草の根の運動が日本代協グループの基本であり、引き続き地道に展開していく。

■地震保険の啓発・普及促進

家屋に対する地震補償の必要性を広く消費者に周知し、自助としての地震保険の存在をPRしていくことは、地震国日本における損保業界の社会的責務である。

日本代協においても、平成17年度から新潟県中越地震が発生した10月（23日）を「地震保険の月」と定め、全国各地で一斉キャンペーンを実施し、地震保険の啓発・普及促進活動を展開している。（情宣チラシ、ティッシュ 55,000セットを全国の街頭で配布）

また、政府も平成18年度の税制改正において、「地震保険料控除制度」を新たに創設する等、様々な地震対策を進めており、地震保険の普及は国家的課題となっている。（注：平成23年度末の火災保険付帯率は全国計で56.5%、世帯加入率は27.1%）

特に、平成23年３月11日に発生した東日本大震災以降、未曽有の被害を目の当りにした国民の間に危機意識が高まり、地震保険の付帯率が急速に増加している。こうした情勢を踏まえて、引き続き、地震保険の啓発・普及キャンペーンを展開し、万が一の震災、津波、噴火の際の生活再建の備えとなる地震保険の普及を図っていく。

同時に、代協会員自身が日々のお客様対応を通して地震保険の必要性を情宣し、地震保険の付帯率アップに自ら率先して取り組むことが肝要である。

■交通安全への取り組み

⑴　無保険車追放キャンペーン

本会では、毎年９月に実施される自賠責広報協議会主催の自賠責制度PRキャンペーンに合せ、平成13年度～平成18年度の間は郵政省と共同で、平成19年度は本会単独で、平成20年度以降は国土交通省と共同で「無保険車追放キャンペーン」を実施しており、引き続き平成26年度も街頭でのPR活動を実施する。

⑵　自動車等の盗難対策

損保協会では、毎年10月７日を「盗難防止の日」と定め、消費者に対する啓発活動を行っており、本会も毎年協力をしてきている。特に、平成23年度に「自動車盗難等の防止に関する官民合同PT」（警察庁主管）の正式メンバーとして承認されたことから、従来以上に主体的に参画する必要がある。

平成26年度も全代協において積極的に協力することとし、チラシ配布等の情宣活動を展開する。

⑶　全席シートベルト着用・チャイルドシートの正しい着用運動の推進

①　全席シートベルト着用

後部座席シートベルトの着用は、道交法で義務付けられているが、高速道路以外では罰則がないため一般道の着用率は30%台にとどまっている（警察庁調査）。後席シートベルト非着用者の致死率は、着用者の３倍強となっており、前席乗員への危害の原因ともなるため、自動車保険を取り扱う代理店としては、後席を含めた全席シートベルト着用を推進する必要がある。

お客様向けの情宣チラシは、損保協会のHPで入手することができるので、今後の活用が望まれる。（代理店名をゴム印等で入れることができるスペースが空けてある）

②　チャイルドシートの正しい着用

６歳未満の幼児にはチャイルドシートの使用が義務付けられているが、使用率は60.2%にとどまっている（警察庁調査）。また、取扱説明書に定められた正しい着用をしていなかったため、いざという時に役に立たず、子供が命を失うケースも見られるため、上記①と併せて、チャイルドシートについても使用と正しい着用を情宣していく必要がある。

チャイルドシートに関しても損保協会にお客様向けのリーフレットが用意されているので、活用が望まれる。

⑷　飲酒運転撲滅運動

＜映画「ゼロからの風」上映会＞

各代協において「ゼロからの風」の上映会並びに「生命のメッセージ展」が開催（主催または共催）されているが、平成26年度も引き続き本媒体の活用を図る。

＜「ゼロからの風」DVDの高校への無償配布事業＞

上記に関連し、平成23年度から車社会の入口に立つ高校生を対象に、「いのちのミュージアム」事務局と連携して、「ゼロからの風」DVDの全国高校への無償配布事業を行っている。

具体的な実施内容は以下の通り。

○　賛助会員一口（3,000円）に対し、配布用DVD１枚が提供される仕組みとなっているが、日本代協グループとして足並みを揃えた取り組みとするため、平成26年度も日本代協において全代協分の一括加入を行った。

○　配布用または視聴用に追加の枚数が必要な場合は、各代協のニーズに応じて任意の口数を追加加入し、その分の枚数を確保することになる。また、賛助会員の口数分は配布枚数に加えることができるので、そこで確保できたDVDも高校への無償配布用に活用する。（現在約500枚のDVDが確保できている。）

⑸　高齢者の自動車事故、自転車事故軽減への取り組み

地域に密着した代理店として、近時社会問題化している高齢者の自動車事故や自転車による傷害・死亡事故等の発生を防ぐために、地域の「老人会」等の高齢者サークルやPTA、子供会等の会合の場における継続的な注意喚起や事故防止研修等を実施し、安心・安全な社会の実現に貢献することが求められる。（また、こうした取り組みは高ロス対策につながり、ひいては保険料の引き上げを抑止することとなる。）具体的な取り組みは始まったばかりであるが、損保協会とも連携して進めていく必要がある。

⑹　高校生への出前授業の展開

富山代協が自主的に始めた高校生への自動車リスク教育が徐々に他代協に浸透してきている。代協活動らしい地道な取り組みであり、賛同者が全国に広がっていくことが期待される。（後述）

⑺　各種イベントへの参加・協力等

その他、全国各地で交通安全協会が行う各種イベントへの協力等、地域に密着したボランティア活動が行われており、引き続き各地域の実情に合せて展開を図る。

■「ハザードマップ」の普及に向けた取り組み

日本代協では、損保協会が、各地方自治体からの委託を受けて野村総研とともに進めた「分かりやすい『ハザードマップ』作り」に、地域の防災・減災の観点から組織を挙げて支援することとし、平成22年度から具体的な協力を行ってきた。

平成22年度は、北海道・愛知・大阪の各代協で、現物を元にした自治体担当者・損保協会・野村総研との意見交換を行い、保険のプロの立場から見たアドバイスを行った。

こうした取り組みをもとに、損保協会では平成23年１月に「ハザードマップと一緒に読む本」（副読本）を作成、平成23年度は上記３代協の他、下記代協を加えて対象を拡大し、本副読本の「読み方」に関する研修会を実施した。（和歌山、東京、新潟・上信越ブロック、広島、福岡、宮崎、兵庫、岡山、福井の各代協。石川は市民向け講座として実施）

日々の営業活動を行う中で、お客様にハザードマップの話をし、避難経路を確認してもらうためには、限られた時間を効率的に配分する必要があるが、「代理店の仕事はリスクに関する情報提供業」であると位置付ければ、むしろこうした地域防災に係わる情報を提供することが仕事そのものともなるわけであり、中期的には各代協会員が「ハザードマップ」の伝道師となって、地域住民への普及に貢献することができるようになることが望ましい。

参考 **《ハザードマップとは？》**

自然災害による被害を予測し、被害範囲を地図化したもの。予測される災害の発生地点、被害の拡大範囲、被害程度、避難経路、避難場所などの情報が地図上に図示されている。地方自治体を中心に、洪水、高潮、火山等リスクに応じた様々なマップが作成されている。

ハザードマップを利用することにより、住民は災害発生時に迅速・的確に避難を行うことができ、また二次災害発生予想箇所を避けることができるため、被害の低減に非常に有効である。

日本では、平成初期より自治体を中心に作成が進められているが、自然災害相手だけに発生地点や発生規模などの特定にまで及ばないものも多く、また予測を超える災害発生の際には必ずしも対応できない可能性もある。掲載情報の取捨選択、見やすさ、情報が硬直化する危険性などの問題も合せて、試行錯誤が続いている。

平成12年の有珠山噴火の際に、ハザードマップに従って避難した結果、人的被害を防がれたことで大いに注目された。国交省がポータルサイトを運営している。

■「ぼうさい探検隊」…防災マップ作成を通じた子供たちへの防災・減災教育の実施

「ぼうさい探検隊」とは、損保協会が実施する「子どもたちが楽しみながらまちにある防災・防犯・交通安全に関する施設や設備などを見て回り、マップにまとめて確認する実践的な安全教育プログラム」である。

日本代協では、従前は、「ぼうさい探検隊」の取り組みを紹介するに留まっていたため、大きな広がりを見せてこなかった。しかしながら、近年の地震・洪水等の自然災害の多発、南海トラフを震源とする巨大地震の発生予想、子供達が被害者となった事件・事故の多発等を受け、平成24年度からCSR委員会を中心に「ぼうさい探検隊」の取り組み強化を掲げて積極的に情宣、推進した結果、同年度は代協関連で41作品、平成25年度は89作品の応募があった。（岡部会長も自ら実践）

東日本大震災の際、以前本活動を通じてマップ作成の体験をしていた小学生が、その経験を活かし、難を逃れるとともに、下級生の避難誘導を行うことができたとの報告もあり、本取り組みは地道ながらも有益な活動であることは明確である。日本代協としては、引き続き損保協会と連携しつつ強力に取り組みを推進する。

国を挙げて児童への防災・減災教育が求められるなか、ハザードマップ同様、地域に根差したリスクマネージャーとして地域の子供たちの防災・減災に取り組むことは、正に本業を生かした地域社会への貢献そのものである。夏休みの自由研究や子供会のイベントとして、取り組みを広く呼び掛けるとともに、代協会員自らが作成の指導にあたることで、地域における「リスクの専門家」としての存在感を示すことが望まれる。

なお、平成26年度の表彰式は、国連防災世界会議に合せて、平成27年３月に仙台で開催される予定である。また、本年度の表彰式から、日本代協会長名で賞品を贈呈することになっている。（「キッズリスクアドバイザー賞」）

■グリーン基金の活用

⑴　基本方針

本会では平成11年度に、地球環境保護に取り組んでいる団体を支援するための寄付金を贈呈する「グリーン基金」を設け、平成12年度から関係諸団体へ寄付を行ってきている。その後、取り組みの拡大に伴い、地域社会に対する貢献活動を行っている団体も寄付先に加え、小規模ながらも身の丈の寄付を続けてきている。（会費の２％相当額・約200万円を目途）

寄付先の選定に当たっては、平成21年度からHP上での公募を行うとともに選考委員会を組成し、寄付の妥当性を審査する態勢を整えた。（選考委員には、一般社団法人日本損害保険協会並びに地域活性化に取り組む金融庁OBが就任）併せて、広くグリーン基金への寄付金を募り、寄付金文化の醸成を図る。

⑵　平成25年度の寄付先一覧

全国から23団体の応募があり、選考の結果全ての団体に対して寄付を行った。寄付先は以下の通り。

なお、応募数が増加していることを踏まえ、平成25年度から、予め公募の際に「全国団体の各支部単位での応募は対象外」とする等の周知を行った。

＜平成25年度日本代協グリーン基金　寄付先団体と対応者＞

①　継続応募14団体（担当代協との活動報告有）：各10万円

団体名	対応代協	団体名	対応代協
（特非）庄内海岸のクロマツ林をたたえる会	やまがた	（特非）町屋百人衆	三重
盤州干潟を守る会	千葉	（特非）世界の砂漠を緑で包む会	石川
（特非）神奈川子ども未来ファンド	神奈川	（公財）大阪みどりのトラスト協会	大阪
（特非）未来の荒川をつくる会	山梨	（特非）共生の森	大阪
（公財）日本補助犬協会	東京	（公財）天神崎の自然を大切にする会	和歌山
（特非）いのちのミュージアム	東京	コウノトリ湿地ネット	兵庫
（特非）山の自然学クラブ	東京	（特非）筑後川流域連携倶楽部	福岡

②　継続応募１団体（担当代協との活動報告無）：５万円

団体名	対応代協	団体名	対応代協
チャイルドラインおおいた	大分		―

③　継続応募＋震災関連活動２団体：各10万円

団体名	対応代協	団体名	対応代協
（特非）いわて森林再生研究会	岩手	（特非）移動保育プロジェクト「ポッケア」	福島

④　新規・復活応募５団体：各５万円

団体名	対応代協	団体名	対応代協
庄内ホタルと水辺の会	長野	（一財）みんなの森財団	東京
（特非）ブリッジフォースマイル	神奈川	大分県点訳・音訳の会	大分
（公財）日本盲導犬協会	神奈川		―

⑤　新規応募＋震災関連活動１団体：10万円

団体名	対応代協	団体名	対応代協
（特非）日本動物介護センター	岐阜		―

⑶　対応代協との関係強化

グリーン基金については「寄付して終わり」ではなく、日頃から対応している代協サイドで寄付先団体との関係構築に努め、当該団体の活動に参加する等の連携が必要である。

また、全ての寄付をグリーン基金を通じて行うのではなく、地元の小さな団体に対しては、その団体を大きく育てるシードマネーとして各代協から直接寄付を行い、関係強化・連携を図ることも重要である。

■公開講座

消費者保護への貢献を目指す日本代協にとって、直接的に消費者へ情報提供を行い、社会への貢献を果たす観点から、大規模災害や自動車事故防止、救急・救命等、消費者に関心の高いテーマを選んだ公開講座の開催は重要な取り組みであり、全国各代協において継続して実施することが必要である。

（平成25年度は、１支部・７代協・６ブロックで計14回開催・参加者数1,902名）

■消費者団体等との対話活動の推進

⑴　基本方針

消費者の声に耳を傾け、それを会員で共有して資質向上に役立てるとともに、行政・損保協会等に伝えて、より良い保険制度の構築や判りやすい保険商品の提供を通して消費者の利益に貢献することが本会の使命であり、引き続き積極的に推進する。

⑵　懇談会の開催

全ブロックで懇談会を定期的に開催し、消費者団体との信頼関係確立に努める。本部においても定期的な訪問等を通して、消費者団体、消費者行政との関係強化、人脈形成に注力する。

（平成25年度は、13代協で計18回開催・消費者団体サイドの参加者235名・代協サイド161名）

懇談会実施にあたっては、「消費者団体等との懇談会推進ガイド」（日本代協書庫）を活用するとともに、荻野会長（当時）と日本消費者協会会長との対談記事が掲載された「月刊消費者平成21年１月号」、東京代協と消費者団体との継続的な対話活動を紹介した「同22年３月号」、北海道・埼玉・岐阜・和歌山・熊本の５代協と消費者団体との対話活動を紹介した「同23年３月号」をまとめた小冊子等を有効活用する。

また、日本代協が賛助会員となっている公益社団法人日本消費生活相談員協会と連携を図り、同協会の各支部との懇談会開催を進めていく必要がある。

■学校教育への取り組み

⑴　基本方針

保険制度に対する理解を深め、その必要性や役割を認識してもらうことにより、将来の賢い消費者を生みだしていくために、学校教育への取り組みは重要である。

損保協会も、学校教育を事業の重要な柱と位置付けて積極的な取り組みを行っており、連携すべきところは連携し、お互いの役割を分担しながら、具体的、かつ、地道な取り組みを進めていく必要がある。

⑵　大学における保険教育

琉球大学、広島大学、北海道大学、高知大学等で、損保協会が開講している「損害保険講座」の保険募集のパートを日本代協が引き受け、日本代協役員や各代協から選任されたメンバーが講義を行っている。平成25年度も、埼玉大学、高知大学、福島大学、琉球大学等で講義を実施しており、日本代協としても代理店という職業の認知度向上や講師の資質向上につながる取り組みとなるので、積極的に支援を行う。

⑶　高校生向け自動車リスク教育

富山代協が行っている高校生向けの教育（これから社会に出る高校３年生を対象に、自動車を運転するリスクと責任を問いかける内容）は、代協独自の取り組みとして、教材の出来栄えを含め、全国の模範となる事例である。既に、他県での取り組みにつながり、代協活動としての広がりを見せているが、こうした取り組みは極めて重要であり、出来るところから実践していく必要がある。

参考　**《補足：CSR（Corporate Social Responsibility）とは？》**

CSRとは「企業・組織の社会的責任」を指す言葉であり、一般的には「企業活動のプロセスに社会的公正性や環境への配慮などを組み込み、ステークホルダー（株主、従業員、顧客、環境、コミュニティなど）に対して説明責任を果たしていくこと。その結果、経済的・社会的・環境的成果の向上を目指すこと。」と定義されている。

従って、CSRは、コンプライアンスは勿論のこと、人権に配慮した適正な雇用・労働条件の確保、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献など企業が市民として果たすべき責任をいう幅の広い概念であるが、日本代協では、この内、環境問題や地域社会への貢献活動に絞って取り組むこととし、「地球環境・社会貢献委員会」を「CSR委員会」と改称して、推進を図っている。

21　東日本大震災への対応

東日本大震災でお亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、
被災された皆様、今なお故郷に帰ることができない原発事故被害者の皆様に
心からお見舞いを申し上げます。

■東日本大震災と代理店の存在意義

⑴　未曽有の大災害とその教訓

平成23年３月11日、午後２時46分、三陸沖を震源とするマグニチュード9.0（最大震度７）の巨大地震が発生し、想像を絶する大津波が岩手、宮城、福島、茨城をはじめ東日本沿岸各地に襲いかかり、甚大な被害を与えた。

黒い波の壁となって押し寄せた大津波は、人々が長年に亘り営々と築き上げてきた町や村を舐め尽くし、多くの住民が犠牲となった。人も家も田畑も車も…地域の生活の全てが流され、街は一瞬にしてがれきの廃墟と化してしまった。地域社会そのものが根こそぎ失われるという、信じられないような現実が、実際にこの国で起こったのである。

更に、福島では、東京電力福島第一原子力発電所で発生したレベル７の原発事故により、近隣住民の社会そのものが崩壊させられるとともに、東日本一帯が「目に見えない恐怖」にさらされることとなった。また、千葉や埼玉では液状化現象によって地盤が大きく歪み、市民生活に大きな影響を与える事態となった。

平成25年３月11日時点の総務省の発表では、死者は12道府県で１万8,493人、行方不明者は６県で2,683人、住家の全壊128,801棟、半壊269,675棟となっている。また、本年６月26日付けの復興庁発表資料では、全国で約25万１千人もの人々が、住み慣れた我が家を離れて不自由な避難・転居生活を送っている。倒産した企業や廃業を余儀なくされた企業も多数に上る。

未曽有の天災に様々な人災が加わって生じた、あまりにも過酷な現実は、多くの人々のそれぞれの人生や日々の穏やかな日常を大きく変えてしまった。我々は、こうした現実から目を背けることなく、また、今回の震災の教訓と被災され犠牲となられた人々の無念さを決して忘れることなく、次の世代に語り継いでいく責務があることを強く認識する必要がある。

⑵　損害保険業・損害保険代理業の社会的意義

一方で、今回の大震災は、改めて損害保険事業の社会的な重要さを再認識させる契機となった。震災から３ヵ月余りの平成23年５月31日時点の地震保険金の支払状況は、支払件数78万3,648件、支払保険金１兆2,346億円に及び、JA共済（同３月７日付建物更生共済金8,416億円）を含めた支払保険金の総額は、２兆円を上回る水準に上っている。震災対策費として組まれた国の第１次補正予算528億円、第２次補正予算１兆9,988億円に匹敵する規模であり、被災者の生活再建の大きな支えになったことは間違いない。

また、今回の震災においては、阪神・淡路大震災の教訓を踏まえ、保険金の早期支払いに向けて、損保協会を中心に業界一体となった取り組みが行われた。主体となる家計地震については、６月末までにほぼ支払いを終える水準までこぎ着けたことは損保業界の存在価値を示す大きな成果となった。この早期支払いに大きな役割を果たしたのが、地域密着で顧客を良く知る被災地代理店であり、地域社会における代理店の役割と価値を、業界内外の関係者が改めて認識する機会となった意義は極めて大きい。

自ら被災しながらも、「被災契約者のお役に立ちたい」一心で、使命感に基づいて早期支払いに尽力し

た被災地代理店の努力に深く敬意を表するとともに、改めて損害保険代理業の社会的な意義と役割を全国の会員で共有し、日々の仕事に活かしていきたい。

⑶　日本代協の取り組み

日本代協としては、こうした教訓を踏まえ、「地域社会に根差す顧客対応力の高い代理店」の育成に引き続き全力で取り組むとともに、地震国日本においてお客様をお守りするためには地震保険は重要な備えであるとの認識の下で、今なお低水準にとどまる「地震保険の普及」に注力する。併せて、今回の震災の経験を踏まえて各代協会員の今後の経営にとって参考となる指針を提供するとともに、引き続き地震保険を含めた保険制度に関する改善点をとりまとめ、関係諸機関に要望していくこととする。

■代協会員の被災状況

東日本大震災による代協会員並びに代協事務局の被災状況は、以下の通りである。(従業員・親族等の被害、車両の損害を除く）地域社会崩壊という現実を踏まえると、復興に向けて長い時間を要する地域もあるものと思われるが、日本代協としては、被災会員のニーズや要望があれば、全国の仲間とともに支援を続けていく方針である。

⑴　代協会員の被災状況

北海道・・・事務所全壊２店
青　森・・・事務所全壊１店
岩　手・・・会員死亡１名、自宅全壊３店、事務所全壊５店、自宅兼事務所全壊３店
宮　城・・・自宅全壊21店・半壊29店、事務所全壊24店・半壊16店
福　島・・・自宅全壊９店・半壊17店、事務所全壊４店・半壊10店
　　自宅兼事務所半壊１店
茨　城・・・自宅全壊２店・半壊18店、事務所半壊９店、自宅兼事務所半壊１店
埼　玉・・・事務所半壊１店
千　葉・・・自宅全壊１店・半壊１店、事務所全壊１店

⑵　代協事務局の被災状況

神奈川・・・地震による損壊でビル内立入り不可となり事務局移転

■被災者支援に向けた取り組み

日本代協では、震災直後は先ずは被災者支援に最優先で取り組むとの方針のもとで、被災地会員からの要望などを踏まえ、以下の取り組みを行った。

⑴　被災契約者に対する特別措置の要請

被災地会員からの要望を踏まえ、損保協会、金融庁に対して以下の要請を行った。協会長会社（あいおいニッセイ同和社）他各社の迅速な対応もあって、全ての項目で要望が実現し、被災者支援に一定の役割を果たすことができた。

①「損害保険（自賠責を除く）の失効・解約処理」の特例適用
　○　遡及手続の承認（６ヵ月間）
　○　返戻保険料計算方法の日割適用
②「自動車保険の中断手続」の簡素化
　○　中断特則適用に際しての確認書類の簡素化（登録事項等証明書の省略等）

③　自賠責保険解約時の手続簡素化（国土交通省）

○　罹災証明書の省略

⑵　被災者支援のための損保協会との共同取り組み

損保協会と協力して以下の取り組みを進めた。本取り組みに関しては、当時の金融庁保険課長からも御礼の言葉があった。

①　連絡先が分からない他社・他代理店扱いの契約者への契約者対応窓口の紹介

○　委託保険会社や取扱い代理店にかかわらず、連絡先を案内する

②　契約者等からの、地震保険制度に関する照会への情報提供

○　地震保険に関する根拠のない憶測を防止し、契約者に安心感を与える

③　東日本大震災に関する「各社相談窓口のポスター」の避難所等への掲示

○　宮城代協他で実施。各社の連絡先が記載されたポスターを掲示した

⑶　「あしなが育英会」への寄付

今回の震災により親を失った子供たちの支援のために、理事会の承認を得て「あしなが育英会」に対し、100万円の寄付を行った。平成23年６月16日に岡部会長が同会事務局長に対して目録の贈呈を行った。（その後もコンベンション開催の際等にいただいた寄付金を継続して贈呈している。）

寄付先を「あしなが育英会」とした理由は以下の通り。

・長期間にわたる活動実績があり、活動内容が公表されていること

・親を亡くした子供たちに対する支援が特に必要とされていること

・早期に、かつ、確実に寄付金が活用されることが期待できること

・公的補助金等が交付されていない団体であること

⑷　損保協会による地震保険啓発活動への参画

平成24年３月11日に損保協会が全国11ヵ所で実施した「防災啓発・地震保険啓発」街頭活動に参画し、日本代協並びに該当地域の代協において、損保協会役職員、各保険会社社員とともに、「地震保険制度理解促進チラシ」等を配布し、災害への備えと地震保険の活用を呼びかけた。

■被災会員に対する支援活動

⑴　被災会員向け義援金の募集

今回の震災で被災した代協会員・事務局等への支援のため、全都道府県代協に義援金を募り、被災地域の代協を通じて被災された代協会員へお届けした。（平成24年３月末まで継続）

全国の仲間から総額23,866,423円の義援金が集まり、被災会員の状況に応じて被災代協宛に配分を行った。

この他、埼玉代協会員から未使用のPC15台、佐賀代協からカレンダーの寄付があり、それぞれ被災会員宛に届けられた。

⑵　被災代理店の救済・支援のための取り組み

被災代理店支援を目的として、損保協会・各保険会社に対して以下の要請を行い、その実現に努めた。

＜代理店経営の観点＞

①　代理店専用相談窓口の設置

②　担当者による被災代理店との対話活動の実施

③　事務所・PC等業務用必要なハードの貸与

④　代理店向け「災害特別融資制度」の創設
⑤　被災地域をカバーする受皿代理店の設置と被災代理店受け入れの検討

＜代理店業務の運営上の観点＞

①　被災代理店の更改業務の会社引取り
②　電話募集の範囲拡大

＜代理店手数料の観点＞

①　被災物件の滅失等に伴う保険契約の解約に伴う代理店手数料戻し入れの免除
②　代理店手数料ポイント判定の緩和措置・経過措置の適用

結果的には、各社における濃淡はあるものの、ほぼ上記要望を踏まえた措置が導入あるいは実施された。但し、代手の戻し入れについては、損保労連からも要望を出してもらったが、委託契約書との整合性、並びに阪神・淡路大震災時の前例に倣って「分割返済」か「支払い猶予」のみが認められるにとどまった。

⑶　被災地代協会員の声を聴く取り組み

正副会長が直接被災地を訪問して被災会員の生の声を聴くこととし、平成23年８月７日～10日の日程で訪問、ヒアリングを行った。

主な訪問先は、以下の通り。

○　８月７日：盛岡
○　８月８日：釜石（故・細川会員の事務所跡にて献花）、大船渡、陸前高田、気仙沼
○　８月９日：石巻、仙台
○　８月10日：福島、相馬、郡山

訪問できなかった被災会員の声は、別途アンケートを行い収集した。

こうした声を踏まえ、同年11月に実施した「日本代協第１回コンベンション」では、従来の記念講演に替えて被災地代理店によるパネルディスカッションを行い、経験の共有化に努めた。

⑷　各種情報提供

震災直後から、日本代協のホームページ、日本代協ニュース、全役員宛レター等を通して、地震・津波・原発に関する多様な情報提供を実施した。主なものは以下の通り。

①　地震保険金請求手続（軽微な被災に関する契約者からの自己申告による事故受付）
②　「セーフティネット保証（第５号）」対象業種緊急拡大（損害保険代理業も対象）
③　原発事故に伴う損害賠償制度の仕組み（原賠法と政府補償）
④　震災時に利用できる主な公的給付・融資制度（一覧表にまとめて提供）
⑤　アジア全域の再保険料率引き上げ（今後の保険料水準に対する影響）
⑥　地震保険の全損認定に写真判定導入の情報
⑦　被災車両の抹消登録申請時の特例措置
⑧　「漁船保険制度」の概要（公的制度の内容）
⑨　「被災者雇用助成金」制度の創設（代理店も活用できる制度）
⑩　自動車保険「地震・噴火・津波危険車両損害補償特約」に関する代理店の説明責任
⑪　東日本大震災による政府労災の支払い（Q＆Aを提供）
⑫　地震保険改定動向　他

■日本代協の取り組み

⑴　CSR委員会における取り組み（消費者対応）

①　対消費者：地震保険の情宣・普及推進（地震保険普及キャンペーン等）、並びに、地域防災・減災に関わる啓発活動の強化（ハザードマップの普及、「ぼうさい探検隊」等）

②　各 代 協：地震保険の付帯率アップに向けた組織的取り組みの推進

③　代協会員：商品説明の徹底、地震保険のお勧め、各代協会員における地震保険付帯率アップ　他

⑵　地震保険に対する要望・提案の実施

地震保険に関しては、内容を充実させれば保険料が引き上げになるため、補償と保険料負担のバランスを考えながら検討する必要があるが、東日本大震災の教訓を踏まえ、消費者、代理店の声として、以下の提言を損保協会に伝えた。（なお、本内容については、平成24年３月19日に保険毎日新聞社、損保総研と日本代協が主催し、金融庁、損保協会、生保協会等の幹部の出席のもと開催された「東日本大震災特別企画講演会」においても岡部会長から提言を行った。）

・損害区分の見直し（一部損と分損の間の飛びつきの改善／一部損の廃止⇒この点は両論併記）
・補償水準（一部損の保険金支払い水準の見直し）
・保険料体系（等地区分の細分化／全国一律料率の導入⇒この点は両論あり）
・損害調査態勢（大規模災害時に損害調査を委託できる代理店向け業界資格の創設）
・損害処理基準（自治体の損害判定との整合性の確保）
・自動車車両補償の検討（家財に含める／地噴津特約の加入制限撤廃）
・中小企業の事業性資産の補償（地震保険の対象化の検討）
・免震、耐震の推進（保険料割引の拡大）
・付帯方式（主契約と別会社で契約できるようにする）　　等

■地震保険改定動向

今回の震災を踏まえて見直された新たなリスクに応じたシミュレーションを元に、財務省（地震保険は国の特別会計制度のもとで運営されているため、制度の主管は金融庁ではなく財務省となる）において改定の検討が行われ、平成24年11月30日付けで検討PTの最終報告書が出されている。これを踏まえた制度改定が行われた後、一定の周知期間を置いて平成26年度から実施されている。

なお、地震保険に関しては、民間単独でカバーできる類のリスクではないとの認識の下で、リスク量の変化に伴う給付と保険料負担のバランス（補償を充実させれば保険料は上がる）、大規模災害の際の損害対応の迅速性、地震保険の普及、耐震・免震構造の推進等の観点を踏まえて検討する必要がある。

そうした視点から現行制度を評価すれば、総合的に見て日本の様々な事情を踏まえたバランスのとれた制度であるということができ、今回の財務省における検討においても抜本的な制度改定の必要性は打ち出されていない。（むしろ慎重にあるべき、との見解が多い。）

報告書の概要と今回の主な見直し内容は以下の通り。

Ⅰ．総論

◆目　　的：「被災者の生活の安定に寄与する」との目的を維持（費用保険的な位置付け）

◆官民負担：「民間も負担可能な範囲で保険責任を負う現行制度の枠組みを維持した上で必要な見直しを行う」

Ⅱ．強靭性

「連続地震に備え国会による予算統制を確保しつつ補正予算までの間をつなぐ方策を早急に検討」

「民間準備金の積み上げペースを高める方策を検討」（※現在年間約1,000億円）

「総支払限度額は現行通りとすることが適当」

Ⅲ．商品性

◆対象物件：「自動車や中小企業物件については民間単独の保険商品で担保」
（※中小企業物件は、日本政策投資銀行の災害復旧貸付等の制度あり）

◆付保割合：「リスク量や保険料負担の増大に直結し、強靭性も課題となる中で、単純にこれを行うことは適当でない」
「『付保割合100％・全損のみ』のオプションはトラブル等が想定され、導入には慎重であるべき」

◆保険金限度額：「現行水準の引き下げは行わない」

◆損害区分：「細分化は損害査定の迅速化、区分の境界等の課題の克服が先決」

◆契約方法：「火災保険付帯を維持することが適当」（※地震保険単体の保険設計は困難）
「地震団信の創設は慎重にすべき」

◆マンション：「共用部分の地震保険の加入推進を図ることが適当」
「将来的には戸建とマンションで別体系とする可能性も含め、引き続き検討」

Ⅳ．料率性

◆保険料率：「推本の震源モデルに東日本大震災・南海トラフ等の再評価を加えて検討」

➡「地震調査研究推進本部（推本）」の「確率論的地震動予測地図（平成24年12月21日公表）に基づく料率算出機構による料率の見直し（※南海トラフのリスク220兆円は織り込まれていない）

➢全国平均15.5％の引き上げ（最大＋30％の激変緩和措置適用）…平成26年７月１日より実施

➢イ構造・・・平均＋20％（＋30％～－8％）

➢ロ構造・・・平均＋11％（＋30％～－17％）

※南海トラフのリスクを織り込んだ場合、更なる保険料引き上げが必要な状況にある。

◆料率格差：「合理的説明がつく範囲内で平準化を図る方向で見直すべき。但し、耐震化への誘引、加入促進と一体的に考える必要がある」（※現行制度でも震度６弱以下の地震リスク量（地震全体のリスクの30％相当）は全国一律負担になっている。）

◆等地区分：「区分の統合は震源モデルの改定結果を待ち、具体的内容を詰める必要」

➡「４区分から３区分に集約し料率格差の平準化を図る」方向が示されている

◆立地区分：「立地による料率格差については、契約者の納得感が得られるまでにリスク算出の信頼性を高めることが出来るかも含め、引き続き検討」

◆耐震割引：「促進させるために、もっとメリハリを効かせたものにすべき。耐震等級割引や免震建築物割引については耐震性を的確に反映させ、割引率を拡大させる方向で見直すことが適当」

➡免震建築物割引率：現行30％　⇒　改定50％

耐震等級割引率　：耐震等級３　現行30％　⇒　改定50％

耐震等級２　現行20％　⇒　改定30％

※上記見直しに加えて、保険会社においては「一地震」の定義の見直しが行われる予定。（震災後に加入

して余震で保険金を受け取るケースを排除するため、現行の「72時間」を拡大する見込み）

■震災の教訓を生かした事業継続計画の検討

日本代協としては、今回の震災の教訓を今後の業務に活かしていくために、小規模専業プロ代理店（一つのモデルとして従業員規模７～10名程度を想定）としてのBCP（事業継続計画）をどのように考えるか、規模に見合った現実的な考え方を整理して提供する責任があるとの認識のもとで、平成25年度に野村総研と東京代協正副会長を交えたPTメンバーにて実務を踏まえた論議を行った。

併せて、被災地の代理店に対するヒアリングも改めて実施し、論点の整理を行った。その結果、空欄を埋めれば出来上がる計画書のひな形を提供しても何の意味もなく、何よりも大事なのは、危機に直面した際に、どのような判断基準でやるべきことを選択し、行動するか、という代理店としての“座標軸”を日頃から共有しておくことであり、そのための社内論議の材料を提供することが先ず必要であるとの判断に至った。

そうした論議を踏まえて代理店内における認識共有化と事業継続策定に至るガイドライン的な位置づけで「私たち損害保険代理店の事業継続計画」をまとめ、平成26年３月に新日本保険新聞社から発刊を行った。

今後代理店が直面することになる危機は様々であるが、いずれにしても現場にいる人たちの状況に応じた臨機応変の対応が必要となるため、代理店内部での全社員の認識共有化が何よりも重要である。

本書がそうした代理店内部における意見すり合せの材料として活用されることを期待したい。

なお、本書のチャプターは以下の通りである。（本編100頁・附録15頁）

１．東日本大震災と損害保険
２．今後、私たちを待ち受ける危機
３．事業継続計画
４．損害保険代理店の事業継続計画
５．おわりに

■被災代理店アンケートの実施と結果のとりまとめ・公表

⑴　背景・目的

東日本大震災やその後の余震に対し、損保会社及び代理店は、自身が被災者のひとりとなっている中で、迅速な地震保険金の支払いのために尽力した。ただ、地震保険は「地震保険に関する法律」に基づいた保険商品であり、リスクの多くを特別会計で賄っているため、損保会社の経営への影響は限定的であるが、代理店にとっては相当の影響と爪痕を残す被害が生じているはずである。

一般に、代理店は資本規模が小さく、十分な経営体力を有していない。また、経営主体単位でみたときに、営業拠点が少なく、かつ、代理店主や従業員の自宅、更には顧客基盤も営業拠点と同一地域に所在しているため、面的被害をもたらす地震災害は、あらゆる角度から代理店の経営に与える影響は大きい。

代理店は、東日本大震災の発生によって契約者の保険金請求の対応とともに、様々な保険種目・保険商品の解約手続きに追われ、その結果、保険契約の解約に伴う代理店手数料の戻し入れも発生している。また、地域の再建の目処が立つまでは新契約の計上も難しいため、経済的面からも、代理店の再建は容易ではないと思われる。

そこで、未曾有の大災害といわれる東日本大震災から３年が経過し、一般の事業会社であれば再建の兆しが見え始めつつある現時点の代理店の現状（実態）を把握し、日本代協としての支援のあり方や、今後の代理店経営のあり方について検討する。

⑵　**実施概要**…平成26年８月の理事会で承認された。

ａ．調査の概要

・東日本大震災は、日本の全国各地に被害をもたらしているが、本調査は、地震保険の認定結果として「全損」が最も多く出た宮城、岩手及び福島の３県を対象に実施する。

・実施にあたっては、宮城県代協（231）、岩手県代協（104）及び福島県代協会（245）の協力のもと、当該代協の会員を対象に郵送によるアンケート調査を実施する。

ｂ．調査票の作成・配布・収集

・調査票は、日本代協と野村総研とで論議の上、野村総研が調査票(案)を作成して、日本代協が確認・判断する。

・日本代協の封筒に調査票と返信用封筒（野村総研宛）を封入して配布する。

・野村総研は回答を受領し、日本代協は、調査対象の代協（事務局宛）に督促を依頼する。

ｃ．調査結果の集計・分析

・集計結果をもとに議論を行うとともに、３地域の代理店並びに茨城県と千葉県で全損被害を受けた代協会員の代理店についてもインタビュー調査を実施する。

・これらをもとに、大規模災害時の日本代協としての支援のあり方（損保協会への要請等を含む）や今後の代理店経営のあり方について検討・考察する。

ｄ．報告書の作成

・日本代協と野村総研の連名による調査報告書を作成し、代協会員と併せて、金融庁、業界関係団体、各保険会社にもレポートを行う。

⑶　**調査の視点**

郵送によるアンケート調査は、宮城県、岩手県及び福島県の代協会員（平成23年３月11日時点）全てを対象として実施する。

調査項目は、発災前の状況（事務所・自宅所在地、従業員等の状況、営業の状況など）と地震による被害（事務所・自宅の損壊、従業員等の死傷など)、発災直後の活動状況、現状（復旧状況（営業を含む））などを予定する。

アンケート・インタビュー調査を基に、３年経過後の復旧状況を考察するとともに復旧できていないものを抽出し、震災後の代理店経営の課題を論議の上、報告書としてとりまとめる。

⑷　**実施計画**

８月時点の実施計画は以下の通りである。